

**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus Pada PT. BNI Syariah Malang)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

SARDITA HIDAYATI

145020501111050

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



JURUSAN ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung
Di Perbankan Syariah
(Studi Kasus Pada PT. BNI Syariah Malang)**

Yang disusun oleh :

Nama : Sardita Hidayati
NIM : 145020501111050
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.

Malang, 10 September 2018
Mengetahui,

Dosen Pembimbing,



Anif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP 197009221995121002

Dr. Multifiah, SE., MS.
NIP 195505271981032001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

"Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT. BNI Syariah Malang)"

Yang disusun oleh :

Nama : Sardita Hidayati
NIM : 145020501111050
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **05 Oktober 2018** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Dr. Multifiah, SE., MS.
NIP. 195505271981032001
(Dosen Pembimbing)
2. Prof. Dr. Ghozali Maski, SE., MS.
NIP. 195809271986011002
(Dosen Penguji I)
3. Aminullah Achmad Muttaqin, M.Sc. Fin.
NIP. 2016078711241001
(Dosen Penguji II)

Malang, 16 Oktober 2018
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam,

Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Sardita Hidayati**
Tempat, tanggal lahir : **Praya, 3 April 1996**
NIM : **145020501111050**
Jurusan : **S1 Ilmu Ekonomi**
Konsentrasi : **Ekonomi Islam**
Alamat : **JL. Joyo Utomo No.8 Merjosari Malang**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :


Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT. BNI Syariah Malang)

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,




Dr. Multifiah, SE., MS.
NIP. 195505271981032001

Malang, 10 September 2018

Yang membuat pernyataan,



6000
ENAM RIBURUPIAH


Sardita Hidayati
NIM. 145020501111050

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam,



Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002

RIWAYAT HIDUP

Nama : Sardita Hidayati

Tempat tanggal lahir : Praya, 03 April 1996

Alamat : Kmp. Musdalifa No.18 Sasake,
Praya Tengah, Lombok Tengah, NTB

Alamat email : dytawardii@gmail.com

**Riwayat Pendidikan**

2000-2002 : TK Ubung

2002-2008 : SDN 01 Praya Tengah NTB

2008-2011 : SMP Al-Rifa'ie Gondanglegi Malang

2011-2014 : Al-Rifa'ie Gondanglegi Malang

2014-2018 : S1 Ekonomi Islam Universitas Brawijaya Malang

Pengalaman Kerja

Staff Magang Sub-bag Operasional Bank BNI Syariah Malang



MOTTO

“Don’t Putt Till Tomoroow What You Can Today”



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang dipersyaratkan untuk mendapatkan derajat Sarjana Ekonomi.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orangtua dan segenap keluarga besar yang telah mendukung, memberikan semangat, motivasi, dan doa untuk kelancaran studi penulis. Terimakasih kepada para sahabat dan teman dekat penulis yang telah menjadi teman diskusi, selalu membantu dalam segala hal, selalu memberikan semangat, dan dukungan kepada penulis hingga akhir penyelesaian skripsi ini.

Terimakasih tak hingga kepada Dr. Multifiah S.E., M.S yang telah membimbing dan memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih juga kepada seluruh teman-teman Ekonomi Pembangunan 2014 khususnya, teman-teman jurusan Ilmu Ekonomi yang saling memberikan semangat dan dukungan, secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.

Terakhir, penulis meminta doa dan dukungan kepada teman-teman untuk kelancaran dan kemudahan untuk kehidupan di masa depan penulis. Sekian.

ABSTRAKSI

Hidayati, Sardita. 2018. Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada PT. BNI Syariah Malang). Skripsi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Dr. Multifiah S.E., MS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa dari perbankan syariah yaitu produk tabungan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan metode SPSS. Data yang digunakan adalah data primer yaitu kuesioner dan wawancara. Sampel pada penelitian ini yakni nasabah BNI Syariah mulai tahun 2017-2018.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yakni religiusitas (X1), pengetahuan (X2), pelayanan (X3), aksesibilitas (X4), pendapatan (X5) dan bagi hasil (X6) berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di perbankan syariah secara bersama-sama (simultan) atau individu (parsial). Dan dari hasil koefisien determinasi berganda adjusted R square adalah 0,696 hal tersebut berarti bahwa 69,6% variabel minat menabung dipengaruhi oleh semua variabel di dalam penelitian ini sedangkan 30,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut.

Kata kunci: *Prilaku Konsumen, Minat Menabung, Perbankan Syariah.*

ABSTRACT

Hidayati, Sardita. 2018. Identification on Factors Influencing People's Interest to Save Their Money in Sharia Bank (A Case Study at PT. BNI Syariah Branch of Malang). Minor Thesis, Economic Science Department, Economic and Business Faculty, Brawijaya University. Dr. Multifiah S.E., MS.

This study aims to determine what factors influence people's interest in using services from Islamic banking, namely savings products.

This research is a quantitative descriptive study using descriptive statistical analysis and SPSS method. The data used are primary data, namely questionnaires and interviews. The sample in this study is BNI Syariah customers starting from 2017-2018.

The results of this study indicate that all variables namely religiosity (X1), knowledge (X2), service (X3), accessibility (X4), income (X5) and profit sharing (X6) influence the public interest in saving in Islamic banking together (simultaneous) or individual (partial). And from the results of the multiple coefficient of determination R adjusted is 0.696, this means that 69.6% of the interest in saving interest is influenced by all variables in this study while 30.1% is explained by other variables outside the equation

Keywords: *Consumer Behavior, Interest In Saving, Islamic Banking.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT dengan segala rahmat dan ridho-Nya serta kasih sayang-Nya terhadap penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Identifikasi Fkaktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (Study Kasus di PT. BNI Syariah Malang)". Penyusunan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk meraih derajat Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai kendala yang dihadapi. Namun, berbagai kendala tersebut dapat diatasi berkat banyaknya bantuan dan dukungan yang tak terhingga dari berbagai pihak baik secara moril maupun materiil. Oleh sebab itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat yang telah diberikan kepada penulis begitu besar yang tak terhingga.
2. Bapak H. Saryono dan Ibu Hj. Siti Khadijah selaku orang tua dari penulis, yang selalu memberi dukungan baik lahir maupun batin. Selalu membuat penulis merasa nyaman ketika di rumah maupun ketika penulis berada jauh dari rumah. Tempat cerita penulis ketika penulis sedang dilanda masalah baik akademik, sosial maupun kehidupan sisi lain dari penulis. Terima kasih banyak Ayah dan Ibu.
3. Sartika Hijriati selaku kakak dari penulis dan Ahmad Thoriqqurahman selaku adik dari penulis yang selalu mendoakan penulis agar tetap semangat mengerjakan skripsi. Dan semoga kehidupan kakak dan adik selalu dirahmati dan diberkahi oleh Allah SWT.

4. Keluarga Besar Bani Wardi dan Bani Suhaimin yang penulis anggap sebagai keluarga yang paling dekat. Terimakasih atas segala dukungan serta doanya.
5. Ibu Dr. Multifiah SE., MS. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, saran, dan membantu dalam penyelesaian skripsi penulis.
6. Bapak Prof. Dr. Ghozali Maski, S.E., M.S dan Bapak Aminullah Achmad Muttaqin, M.Sc. Fin. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dalam penyempurnaan skripsi.
7. *Best Supporters*, Fahmi Mujaddidi selaku support system penulis dari awal hingga akhir pengerjaan Skripsi yang selalu memberikan perhatian dan nasehat. Terima kasih telah menjadi motivator yang luar biasa sehingga penulis mampu berjuang kembali menyusun skripsi ini.
8. *Zootopia!* Sahabat-sababat penulis mulai dari maba hingga saat skripsi ini telah selesai ditulis atas dukungan serta senyum ketika penulis sedang dalam keadaan tidak baik. Terima kasih telah mengajarkan penulis arti kekeluargaan, tanggung jawab, dan kepedulian.
9. *Dotwece*. Sahabat-sababat penulis dari pondok terima kasih banyak telah membantu penulis dalam memberikan sumbangan pikiran dan dukungan doa selama penulisan skripsi.
10. Seluruh teman-teman Ekonomi Islam 2014 yang saling memberikan semangat dari awal skripsi hingga selesai.
11. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi yang belum dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, masih terdapat banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis adalah skripsi yang telah disusun bisa bermanfaat dalam pengembangan pendidikan di Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya untuk masa mendatang, khususnya seluruh civitas akademika. Penulis juga berharap skripsi ini juga bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.

Malang, November 2018

Sardita Hidayati.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
MOTTO.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Prilaku Konsumen.....	11
2.1.1.1 Teori Prilaku Konsumen.....	13
2.1.1.2 Teori Prilaku Konsumen dalam Islam.....	14
2.1.1.3 Prilaku Konsumen dalam Islam.....	14
2.1.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Minat.....	19
2.1.2.1 Pengertian dan Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	19
2.1.2.2 Menabung dalam Islam.....	21
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung.....	23
2.1.3.1 Religiusitas.....	23
2.1.3.2 Pengetahuan.....	27
2.1.3.3 Pelayanan.....	29
2.1.3.4 Aksesibilitas.....	32
2.1.3.5 Pendapatan.....	33
2.1.3.6 Bagi Hasil.....	35
2.1.4 Perbankan Syariah.....	36
2.1.4.1 Pengertian Bank Syariah.....	36
2.1.4.2 Produk Penghimpun Dana Bank Syariah.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Kerangka Pikir.....	41
2.4 Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	47
3.4.1 Populasi.....	47

3.4.2 Sampel	48
3.5 Metode Pengumpulan Data	49
3.6 Metode Analisis Data	51
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian	51
3.6.1.1 Uji Validitas	51
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	52
3.6.2 Analisis Regresi Berganda	52
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	53
3.6.3.1 Uji Normalitas	53
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas	54
3.6.3.3 Uji Multikolinearitas	55
3.6.4 Uji Hipotesis	55
3.6.4.1 Uji F (Simultan)	55
3.6.4.2 Uji t (Parsial)	56
3.6.4.3 Uji Determinasi (R^2)	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	57
4.2 Gambaran Umum Responden	58
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan	60
4.2.5 Deskriptif Jawaban Responden	60
4.3 Hasil Analisis Data	61
4.3.1 Uji Validitas	61
4.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	63
4.3.3.1 Uji Normalitas	63
4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas	65
4.3.3.3 Uji Multikolinearitas	66
4.3.4 Uji Regresi Berganda	67
4.3.5 Uji Hipotesis	70
4.3.5.1 Uji F (Simultan)	70
4.3.5.2 Uji t (Parsial)	71
4.3.5.3 Uji Determinasi (R^2)	73
4.4 Pembahasan	74
4.4.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menabung	74
4.4.2 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung	76
4.4.3 Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Menabung	77
4.4.4 Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Menabung	79
4.4.5 Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Menabung	81
4.4.6 Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Menabung	82
4.4.7 Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Aksesibilitas Pendapatan dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung	83
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

1.1 Perkembangan Perbankan Syariah	3
2.1 Perbedaan Tabungan Wadiah Dan Mudharabah	38
2.2 Penelitian Terdahulu	40
3.1 Definisi Operasional Variabel	45
3.2 Skala Likert.....	50
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan.....	60
4.3 Deskriptif Jawaban Responden	60
4.4 Uji Validitas	61
4.5 Uji Reliabilitas	63
4.6 Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	64
4.7 Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser.....	65
4.8 Uji Multikolinearitas	67
4.9 Uji Regresi Berganda	68
4.10 Uji F (Simultan)	70
4.11 Uji t (Parsial)	71
4.12 Uji Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kurva Indifference Islami	13
2.2 Bagan Kerangka Pikir	41
4.1 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	58
4.2 Karakteristik Responden menurut Usia	59
4.3 Uji Normalitas P-plot	64
4.4 Uji Heteroskedastisitas	66





BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Menabung merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Tradisi menabung sudah ada sejak zaman dahulu meskipun dalam bentuk yang paling sederhana yaitu dengan melihat orang tua pada zaman dulu menyimpan padi di lumbung, menyimpan perhiasan atau uang di bawah bantal, atau anak-anak yang dilatih oleh orang tuanya membuat celengan dari bambu yang dilubangi dan lain sebagainya.

Seiring dengan perkembangan zaman, menabung sudah bisa dilakukan dengan beberapa teknik, dan salah satunya adalah mempercayakan tabungan kepada bank melalui produk-produk dan fasilitas yang mereka miliki. Dan bisa dikatakan bahwa menabung di bawah bantal atau di celengan bambu, tidak ada jaminan yang kita dapatkan apalagi untuk uang kertas, semakin lama maka resiko kerusakan uang tersebut juga menjadi kendala tersendiri akibat dimakan hama kayu, jamur, dan lain sebagainya.

Lahirnya perbankan dan berevolusi dengan berbagai macam produk dan fasilitas yang mereka miliki dan saat ini terciptanya bank berbasis syariah yang bisa menabung tanpa adanya biaya tambahan dan diperuntukkan sebagai simpanan masa depan untuk berbagai keperluan. Selain dalam bentuk uang, orang menyimpan uang di era sekarang ini memiliki 2 macam tujuan. Pertama adalah untuk sekedar menyimpan saja atau istilahnya adalah *fund parking*. Kedua, orang menyimpan uang dengan mengharapkan akumulasi nilai dari simpanan tersebut atau yang kita kenal dengan istilah investasi.

Dengan lahirnya perbankan konvensional dan perbankan syariah atau bank Islam yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti sistem bunga di bank konvensional, hal inilah menjadi peluang besar bagi masyarakat khususnya masyarakat muslim untuk menggunakan jasa perbankan syariah secara optimal, karena perbankan syariah mampu akan membangun perekonomian dan menunjang pembangunan ekonomi yang lebih handal dan lebih baik dimasa depan nanti. Karena didalam beroperasi perbankan syariah menggunakan sistem kekeluargaan dan sifat tolong menolong antara pihak bank dengan para nasabah. Selain itu perbankan syariah juga mampu bersaing serta berkompetisi secara sehat dan wajar dengan bank konvensional yang sudah ada.

Indonesia adalah salah satu negara dengan mayoritas umat muslim. dan dari jumlah seluruh penduduk Indonesia sebesar 255.461.700 jiwa dan sekitar 85% di antaranya beragama Islam. Di Indonesia, bank syariah pertama kali sebenarnya sudah didirikan sebelum munculnya UU. No. 10 tahun 1998. Dan saat ini Bank Umum Syariah (BUS) mencapai 11 unit dan Unit Usaha Syariah (UUS) mencapai 23 unit. Memang jumlah ini tidak ada perubahan sejak 2010. Adanya penambahan jumlah jaringan kantor tentu saja menjadikan jumlah pengguna bank syariah juga meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan jumlah total rekening pembiayaan, tahun 2015, jumlah rekening tercatat 19.360.157 rekening, sedangkan pada tahun 2016 ini meningkat menjadi 21.578.578 rekening (Bank Indonesia, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat menggunakan jasa perbankan syariah mulai meningkat.

Tabel 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017
Bank Umum Syariah	11	12	12	113	13
Unit Usaha Syariah	23	22	22	21	21
BPRS	163	163	163	166	166

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Januari 2017.

Pertumbuhan perbankan syariah yang semakin meningkat serta aset yang juga terus meningkat dari tahun ke tahun, namun dengan demikian ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil. Sikap dan persepsi ini memberi nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil yang mempengaruhi minat dan perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan dual banking system tersebut.

Namun dengan demikian, sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagian tetap menerima bunga bank dan menerima bagi hasil dan sebagian menolak bunga. Sikap yang beragam inilah yang memberi nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, sikap, minat masyarakat dalam menyikapi kebijakan bank syariah.

Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah, di antaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman masyarakat terhadap bank syariah, terutama yang disebabkan dominasi bank konvensional. Seorang konsumen dalam memilih sebuah produk tentu bukan semata-mata karena dorongan kebutuhan semata. Faktor pribadi, psikologis, dan sosial juga menjadi pertimbangan bagi seorang konsumen dalam memilih produk tertentu.

Perilaku konsumen dipengaruhi beberapa faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok/komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor ini dapat memberi petunjuk bagi produsen untuk melayani pembeli secara efektif. Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan tadi, sensitifitas dalam religiusitas juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia dan di akhirat.

Secara umum dalam menabung, masyarakat tentu memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Faktor religiusitas adalah faktor yang penting ketika masyarakat akan memilih suatu bank yang akan dipercaya untuk menyimpan dananya dan dapat terhindar dari riba atau bunga.

Menurut Rokeach dan Bank (Sahlan, 2011) mengartikan religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasar oleh keyakinan dan kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi jika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) dengan judul Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi utama menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Binsnis

Universitas Brawijaya di bank syariah karena kepatuhan agama dan pengetahuan ilmiah.

Masyarakat yang tidak mengetahui produk-produk bank syariah tentunya tidak akan berminat menggunakan jasa bank syariah, kecuali orang yang mempunyai keinginan kuat menabung pada bank syariah dikarenakan menghindari unsur riba. Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Faktor lain yang sangat faktor pengetahuan, pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia.

Pengetahuan nasabah juga menjadi faktor penting bagi masyarakat dalam memilih bank syariah. Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuannakan diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan merupakan pengalaman yang terekam dalam kesadaran seseorang. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, berkenaan dengan suatu hal. (www.kbbi.com).

Selain itu, pelayanan merupakan suatu tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, pelayanan yang tinggi yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Dan bagi dunia perbankan, pemilihan lokasi tentu harus lebih mengutamakan prinsip-prinsip ekonomi, dimana keberadaan lokasi suatu bank haruslah dapat memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk mengakses ke bank tersebut. Semakin dekat lokasi sebuah bank dengan masyarakat konsumennya, maka akan mempengaruhi intensitas untuk mendatangi bank tersebut.

Selain itu, faktor pendapatan adalah faktor yang mendasar dalam penentu minat masyarakat menabung. Pendapatan setiap individu tidak sama karena profesi yang berbeda-beda. Pendapatan yang diperoleh tidak semua dibelanjakan untuk barang dan jasa, ketika kebutuhan sudah terpenuhi sebagian dari pendapatannya akan ditabungkan untuk keperluan di masa yang akan datang. Hal inilah yang membedakan minat seseorang berbeda tergantung dengan pendapatan yang didapatkan.

Selanjutnya yang terakhir yaitu faktor bagi hasil dimana seseorang akan tertarik atau berminat setelah mengetahui produk-produk yang disajikan oleh bank syariah dengan adanya kesepakatan antara dua belah pihak menentukan nisbah bagi hasil yang akan sama-sama saling ridho dan sukarela. Karena dengan bagi hasil ini terhindar dari riba/bunga sehingga masyarakat akan lebih memilih bank syariah. Sesuai namanya, bagi hasil berarti masyarakat sebagai nasabah mendapat bagian dari hasil diinvestasikannya hartanya oleh bank tersebut yakni disebut dengan akad mudharabah. Sehingga hal ini akan membuat masyarakat tertarik untuk menabung di perbankan syariah karena apabila dana yang disimpan tinggi maka perolehan bagi hasilnya juga akan tinggi. Selain akad mudharabah diproduk tabungan ada akad wadiah (titipan) yaitu dana yang disimpan oleh nasabah tidak diperjanjikan bertambah atau berkurang dan tidak serta dikurangi oleh biaya administrasi. Seperti halnya

menabung dicelengan pada zaman dahulu. Sehingga bank syariah mempunyai produk yang bisa menarik minat masyarakat salah satunya produk tabungan yang akan menguntungkan masyarakat.

Beberapa penelitian terdahulu salah satunya adalah Safaruddin Munthe (2014) dalam penelitiannya Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. Hasil dari penelitian ini adalah variabel bagi hasil, pelayanan, religiusitas dan pendapatan berpengaruh secara individu maupun bersama-sama terhadap minat nasabah menabung pada Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. Rahma (2017) dalam penelitiannya Pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan aksesibilitas terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Hasil dari penelitian ini adalah variabel religiusitas, kepercayaan dan aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Dengan demikian, sesungguhnya tampilan perilaku masyarakat atau nasabah yang berkaitan dengan minat menabung sesungguhnya akan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan minat mereka tentang apa dan bagaimana bank syariah itu. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas lebih lanjut meta analisis pada variabel faktor yang mempengaruhi minat masyarakat, yaitu dimana tingkat religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil perbankan syariah yang diprediksikan dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung dan bertansaksi di bank syariah.

Penelitian ini meneliti seluruh nasabah PT. BNI Syariah baik yang sudah bekerja maupun yang berstatus mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini dianggap sudah bisa menentukan produk perbankan yang akan dipilih. Selain itu,

alasan dalam memilih BNI adalah karena BNI adalah salah satu bank yang mementingkan pelayanan dalam menjalankan jasa. Layanan transaksi perbankan tersebut dibuktikan lewat predikat “Best Cash Management Bank for Indonesia” oleh ajang penghargaan The Corporate Treasurer 2013. Dan bank BUMN ini tidak hanya memiliki kantor cabang di dalam negeri. Selain 1.687 outlet yang tersebar di 34 provinsi dan 381 kabupaten, BNI masih memiliki 5 kantor cabang yang tersebar di luar negeri, yakni di London, New York, Tokyo, Singapura dan Hongkong. Selain itu, BNI juga mendirikan satu sub branch di Osaka, Jepang; Limited Purpose Branch di Singapura; dan Remittance Representative di Malaysia, Saudi Arabia, Qatar, Uni Emirat Arab, dan Amerika Serikat. (www.bni.co.id)

Adapaun dalam BNI syariah jumlah rekening pada dana pihak ketiga bank umum syariah dan unit usaha syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) mencatat pertumbuhan signifikan pada simpanan tabungan per Desember 2017. Tercatat tabungan BNI Syariah tumbuh 31,54% secara tahunan serta jumlah tabungan yang dihimpun BNI Syariah mencapai Rp 12,39 triliun atau tumbuh 31,45% year on year dari tahun sebelumnya sebesar Rp 9,42 triliun. (www.bni.co.id)

Dari pertumbuhan tabungan yang semakin pesat berarti masyarakat sudah mulai mempertimbangkan keberadaan perbankan syariah. Sehingga masyarakat sudah memberikan kepercayaan kepada bank syariah untuk menginvestasikan modalnya ataupun yang hanya ingin menyimpan tabungannya di bank syariah.

Oleh sebab itu, penelitian ini termotivasi untuk mengetahui fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari religiusitas, pengetahuan, pelayanan,

aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah. Dan penelitian ini juga mampu memberikan informasi bahwa faktor religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menitipkan dananya di bank syariah sehingga pangsa pasar dan jumlah rekening nasabah terhadap dana pihak ketiga dari bank syariah terus meningkat.

Berdasarkan pemamparan yang telah diuraikan di atas maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas. Demikian pula penelitian ini akan membahas lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul **"Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (studi kasus di PT BNI Syariah Malang)"**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah: Bagaimana pengaruh religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung di perbankan syariah (studi kasus di PT. BNI Syariah Malang).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di atas, maka tujuan dari penelitian skripsi ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung di perbankan syariah (studi kasus di PT. BNI Syariah Malang).

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk mendukung penelitian terkait dengan tema penelitian yang sejenis sehingga memperkuat teori yang digunakan.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan acuan dalam penelitian yang sama, sehingga hasil penelitian tersebut akan menjadi lebih sempurna.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang perbankan syariah, dan menambah khasanah bacaan ilmiah mengenai ilmu ekonomi Islam.

c. Bagi Pengusaha

Bahwasannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dan memberikan motivasi kepada Bank Umum Syariah untuk terus meningkatkan inovasi-inovasi Syariah agar dapat menarik perhatian nasabah yang lebih besar lagi.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan kenyataan di lapangan. Serta memberikan pengalaman dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis pada Bank Umum Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumen

2.1.1.1 Teori Perilaku Konsumen

Pada hakikatnya untuk memahami, perilaku konsumen menurut (Schiffman dan Kanuk, 2008) Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia seperti waktu, uang, maupun usaha guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi mereka. Dari kedua pakar tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah cara individu untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa dengan tujuan memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Perilaku konsumen adalah sebuah proses dan perilaku ketika seseorang berhubungan dengan sebuah pencarian, pemilihan, penggunaan, pembelian, serta pengevaluasian sebuah produk atau jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Ada banyak pilihan barang maupun jasa yang ditawarkan, akan tetapi perilaku inilah yang membedakan masing-masing individu. Perilaku konsumen ini sendiri adalah hal yang paling mendasar bagi seorang konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Dengan berbagai sumber daya (*resources*) yang dimiliki membuat konsumen belajar bagaimana memilih diantara berbagai macam pilihan yang ada, hal inilah yang disebut dengan teori perilaku konsumen.

Adapun teori perilaku konsumen dapat dibagi menjadi dua pendekatan, yaitu:

a. Pendekatan *Marginal Utility*

Teori ini menjelaskan bahwa kegunaan dapat dihitung secara nominal atau alat ukur lainnya sebagaimana kita menghitung berat dengan gram atau kilogram atau dapat diukur dengan uang. Teori ini juga mengatakan bahwa semakin banyak suatu barang yang dikonsumsi, maka tambahan kepuasan (*marginal utility*) yang diperoleh dari setiap satuan tambahan yang dikonsumsi akan menurun (Hukum Gossen).

b. Pendekatan *Indifference Curve*

Kurva indiferens adalah kurva yang menunjukkan berbagai kombinasi konsumsi dua macam barang yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi seorang konsumen.

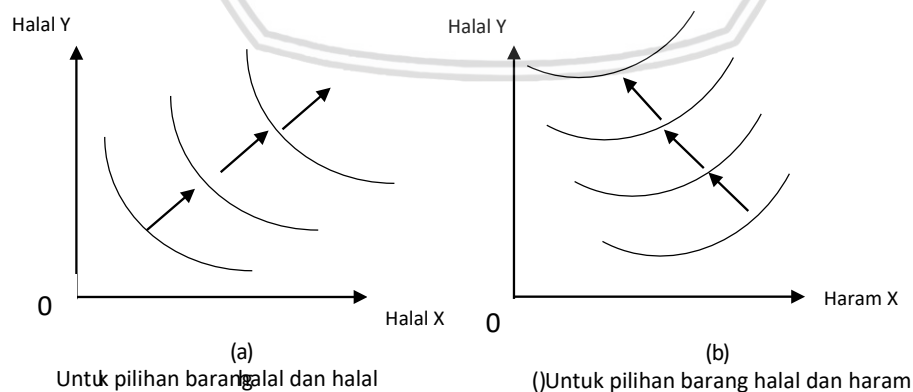
Dalam menjelaskan tentang perilaku konsumen, kita bersandar pada dasar pemikiran pokok bahwa orang cenderung memilih barang dan jasa yang nilainya paling tinggi. Konsumen selalu bertujuan untuk mendapatkan kepuasan (*utility*) dalam kegiatan mengonsumsi suatu barang atau jasa. Utilitas sendiri adalah kepuasan, yang dimaksud disini adalah kesenangan atau kegunaan subjektif yang dirasakan oleh seseorang dari mengonsumsi barang atau jasa. Tidak mungkin seseorang mengonsumsi suatu barang atau jasa tanpa mengharapkan tujuan di dalamnya, salah satunya adalah memenuhi kebutuhan atau untuk mencapai suatu kepuasan tertentu. Setiap individu mempunyai tolak ukur akan kepuasan yang berbeda, dikarenakan setiap individu mempunyai hasil pendapatan atau selera konsumen yang berbeda.

2.1.1.2 Teori Perilaku Konsumen dalam Islam

Ekonomi Islam bukan hanya berbicara mengenai pemuasan materi yang bersifat fisik tapi juga tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, yang berkaitan dengan manusia sebagai khalifah dan hamba Allah SWT. Dalam Islam terdapat perbedaan yang cukup mendasar dalam berkonsumsi dibandingkan dengan konvensional. Sumber utama ekonomi Islam yaitu Al-Quran dan Hadist serta tujuan utama untuk tercapainya kepuasan yakni lahir dan bathin.

Menurut Karim (2016) Konsep Islam sangat penting sehingga dibutuhkan adanya pembagian jenis barang atau jasa antara yang halal dan haram. Oleh karena itu sangat penting untuk menggambarannya dalam *utility function*. *Utility Function* untuk dua barang yang salah satunya tidak disukai digambarkan dengan *utility function* yang terbalik. Bagi konsumen, semakin ke kanan atas *utility function* semakin baik. Semakin sedikit barang yang tidak disukai maka akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Dalam hal ini barang atau jasa yang haram dianggap sebagai barang atau jasa yang tidak disukai.

Gambar 2.1 Kurva Indifference Islami



Sumber : Karim, 2016.

Pada Gambar 2.1 bagian (b) dapat dilihat bahwa sumbu X sebagai barang atau jasa haram dan sumbu Y sebagai barang atau jasa halal. Dalam

kurva diatas pergerakan *utility function* ke kiri atas menunjukkan semakin banyak barang atau jasa halal yang dikonsumsi dan semakin sedikit barang atau jasa haram yang dikonsumsi. Semakin banyak barang atau jasa yang halal maka akan menambah *utility* dan sebaliknya. Keadaan ini akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Selanjutnya pada bagian (b) pada gambar 2.1 menunjukkan tidak memungkinkannya terjadi persinggungan antara kurva *indifference* dengan budget line. Keadaan ini terjadi karena *Marginal Rate of Substitution* (MRS) untuk barang-barang halal selalu lebih kecil dibandingkan dengan slope *budget line*. Maka pilihan optimal bagi konsumen adalah mengalokasikan seluruh *income* nya untuk membeli barang-barang atau jasa yang halal (Karim, 2016)

Adapun pendapat Karim ini berbeda dengan yang telah disebutkan di Al-Quran bahwa barang haram adalah barang yang ketika dikonsumsi menimbulkan dosa pada orang yang menggunakannya, bukan hanya barang yang tidak disukai. Dan di dalam Al-Quran dan Hadist juga dijelaskan bahwa manusia tidak boleh mengonsumsi secara berlebih-lebihan serta ketika lapar berhenti sebelum kenyang. Hal ini menunjukkan bahwa jelas adanya perbedaan kebutuhan dan keinginan, manusia harus mementingkan kebutuhannya dahulu baru keinginannya.

2.1.1.3 Perilaku Konsumen dalam Islam

Dalam Islam, teori perilaku konsumsi tidak hanya dibatasi dengan kepuasan saja. Dalam pengertiannya tingkat kepuasan itu juga harus terpenuhi dari kebutuhan fisik maupun spiritual. Artinya adalah sebagai bentuk penerapan nilai-nilai positif akan kecerdasan jiwa untuk mengembangkan diri seseorang. Batasan spiritual setiap individu dipengaruhi oleh budaya, perkembangan, pengalaman hidup, kepercayaan dan ide-ide tentang kehidupan. Spiritual juga

memberikan suatu perasaan yang berhubungan dengan intrapersonal (hubungan antara diri sendiri), interpersonal (hubungan antara orang lain dengan lingkungan) dan transpersonal (hubungan yang tidak dapat dilihat yaitu suatu hubungan dengan keTuhanan yang merupakan kekuatan tertinggi).

Islam sangat memperhatikan nilai-nilai keseimbangan dari segi fisik maupun non fisik dalam memenuhi kebutuhan umatnya. Nilai-nilai tersebut harus berdasarkan pada prinsip syariah. Seorang Muslim untuk mencapai kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersikap *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan konsumsi seorang Muslim bukan hanya dilihat dari tingkat kepuasannya akan tetapi juga nilai Islami yang di dapat dari barang yang ia konsumsi. Kepuasan merupakan tujuan hukum *syara'* yang paling utama dan itu merupakan makna yang lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. *Kepuasan* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini (Khan dan Ghifari, 1992). Ada lima elemen dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (al-nafs), property atau harta benda (al-mal), keyakinan (al-din), intelektual (al-aql), dan keluarga atau keturunan (al-nasl).

2.1.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen atau consumer behavior adalah tingkah laku konsumen dalam membeli suatu produk yang dipengaruhi oleh beberapa unsur, baik dari dalam maupun luar. Unsur-unsur tersebut membentuk suatu kekuatan yang merangsang konsumen sehingga memutuskan untuk membeli produk tertentu.

Perilaku konsumen terdiri dari aktivitas yang melibatkan orang-orang sewaktu mereka menyeleksi, membeli, dan menggunakan produk-produk serta jasa-jasa, sehingga hal tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan mereka (Winardi, 1991). Tujuan konsumen dalam pembelian adalah menukarkan pendapatannya dengan barang dan jasa yang akan memberikan kepuasan maksimum kepadanya dan anggota-anggota keluarganya (Winardi, 1992).

Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian adalah:

a. Faktor Internal

Faktor internal lebih dahulu terjadi sesudah pengenalan kebutuhan. Faktor internal tidak lebih dari pada peneropong ingatan untuk melihat pengetahuan yang relevan dengan keputusan yang tersimpan dalam memori ingatan. Faktor internal antara lain keinginan seseorang yang timbul dengan sendirinya. Pada hal ini keinginan seseorang yang timbul dari dalam benaknya ingin menabung dan menjadi anggota nasabah pada Bank Syariah.

b. Faktor Eksternal

Ketika faktor internal belum mencukupi, konsumen mungkin memutuskan untuk mengumpulkan informasi tambahan dari lingkungan. Faktor eksternal antara lain informasi seseorang dari lingkungan sekitar. Dalam hal ini keinginan seseorang yang ingin menabung dan menjadi anggota nasabah pada bank syariah.

Dan menurut Mowen dan Michael (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah sebagai berikut:

➤ **Faktor Budaya**

Budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk dan mendorong keinginan dan perilaku seseorang menjadi seorang konsumen. Budaya meliputi hal-hal yang dipelajari dari keluarga, tetangga, teman, guru dan tokoh-tokoh masyarakat.

Adapun beberapa bagian dalam faktor budaya adalah sebagai berikut:

a. Budaya

Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2011) budaya adalah karakteristik yang penting dari kelompok kultur yang lainnya.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial menurut Lamb et al (2011) merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi diantara mereka sendiri baik secara formal atau informal, dan yang membagikan norma-norma perilakunya.

➤ **Faktor Sosial**

Di dalam faktor sosial ini merupakan faktor faktor yang memengaruhi individu atau seseorang dilingkungan sosial, diantaranya adalah:

a. Kelompok Acuan

Orang sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya melalui tiga jalur: kelompok acuan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru, perilaku dan konsep pribadi seseorang, dan kelompok menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.

b. Keluarga

Keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Menurut Lamb et al (2011) keluarga merupakan institusi sosial yang paling penting bagi beberapa konsumen, karena secara kuat mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi, dan perilaku pembelian.

c. Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, keluarga, organisasi dan kelompok. Kedudukan orang itu dimasing-masing kelompok dapat di tentukan berdasarkan peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.

➤ **Faktor Pribadi**

Faktor pribadi adalah keputusan seseorang yang berada di dalam diri mereka sendiri, dan dipengaruhi oleh beberapa karakteristik pribadi yang terdiri atas:

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Beberapa karya terbaru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis orang dewasa yang mengalami perjalanan dan perubahan sepanjang hidupnya.

b. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang merupakan pola hidup seseorang didunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungan nya.

c. Kepribadian atau Konsep Diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

➤ **Faktor Psikologis**

Seseorang yang akan menentukan keputusan dalam pemilihan pembelian akan dipengaruhi berbagai faktor psikologis, diantaranya adalah:

a. **Motivasi**

Motivasi konsumen merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

b. **Persepsi**

Persepsi merupakan bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya sendiri terhadap situasi tertentu. Persepsi menurut Lamb et al (2011) adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menginterpretasikan ransangan tersebut kedalam gambaran yang memberi makna dan melekat.

c. **Pembelajaran**

Pembelajaran merupakan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil dari belajar.

2.1.2 Minat

2.1.2.1 Pengertian Minat dan Faktor yang Mempengaruhi Minat

Dalam kamus besar bahasa indonesia minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih aktivitas di antara aktivitas lainnya. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku tindakan tersebut. Minat

berarti dorongan atau penggerak. Sedangkan minat beli adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap konsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Kinner dan Taylor, 1995).

Ada beberapa tahapan minat yaitu: Informasi yang jelas sebelum memilih, pertimbangan yang matang sebelum memilih dan keputusan memilih.

Dengan demikian bisa dikatakan bahwa minat adalah dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar untuk mewujudkan dan membangkitkan semangat seseorang untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat seorang masyarakat pada perbankan syariah.

Minat bukan istilah yang populer karena ketergantungan pada faktor-faktor internal seperti pemusat perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan. Rangsangan yang diberikan oleh bank untuk menarik minat menabung masyarakat terbatas pada rangsangan yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Nasabah saat ini lebih berhati-hati sebelum memutuskan bank manakah yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan dananya. Penilaian masyarakat terhadap bank tidak hanya terpaku pada masalah kuantitas seperti bunga bank, tetapi sudah berkembang pada persoalan kualitas, baik mengenai produk bank maupun pelayanannya.

Menurut Crow 2001 dalam (Ro'uf 2011) berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a) Faktor dorongan dari dalam

Faktor dorongan dari dalam adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang yang artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu seseorang, merupakan faktor yang berhubungan dengan faktor fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga seperti minat yang mendorong seseorang untuk ingin tahu dan dapat membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.

b) Faktor motif sosial

Dalam faktor kedua ini yakni faktor motif sosial yang artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan nya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial setiap individu seperti bekerja, mendapatkan status sosial, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

c) Faktor emosional atau perasaan

Faktor emosional atau perasaan ini dimana minat yang erat berhubungan dengan perasaan atau emosi individu, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat yang akan membawa dan menghasilkan rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, dan sebaliknya akan adanya kegagalan yang akan mengurangi minat individu tersebut.

2.1.2.2 Menabung dalam Islam

Menurut KBBI menabung adalah aktivitas menyimpan uang. Menabung bisa dilakukan oleh siapa saja. Aktivitas menabung sudah dikenal sejak dulu, hal ini menjadi tanda bahwa menabung merupakan salah satu budaya Indonesia.

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh agama, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan

perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan, dalam ayat al-Quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik yaitu:

أَيُّدُ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِنْ نَخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَاءُ فَأَصَابَهَا إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۚ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

“Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya” (QS. Al-Baqarah:266)

Ayat tersebut memerintahkan untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani maupun secara ekonomis harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaannya adalah dengan menabung. Salah satunya dengan menabung di perbankan syariah dengan adanya simpanan pihak ketiga kepada bank yang penariknya dapat dilakukan menurut syarat-syarat yang ditentukan antara bank dengan nasabah.

a. Faktor Menabung dalam Konsep Ekonomi Islam

Alokasi anggaran konsumsi seorang muslim akan mempengaruhi keputusannya dalam menabung dan investasi. Seseorang biasanya akan menabung sebagian dari pendapatannya dengan beragam motif yaitu:

1. Untuk berjaga-jaga terhadap ketidakpastian masa depan.

2. Untuk persiapan pembelian suatu barang konsumsi dimasa depan.
3. Untuk mengakumulasikan kekayaannya.

Secara umum perilaku menabung setiap orang ditentukan oleh dua faktor keputusan penting. Pertama adalah merujuk pada seberapa besar pendapatan riil yang diterima akan dimanfaatkan untuk keperluan konsumsi. Kedua adalah merujuk pada seberapa besar pendapat riil yang diterima akan disisihkan untuk menabung (Muhlis, 2011).

Analisis teoritik maupun empirik tentang tabungan dalam perspektif teori moneter konvensional selalu didominasi oleh dua poros teori besar, yakni teori Klasik dan *Keynesian*. Namun demikian, belakangan banyak penelitian empiris yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten dengan kedua teori tersebut. Meskipun, beberapa temuan belakangan masih tetap menganut model ekonomi konvensional yang masih berbasis pada “kekuatan bunga”, namun relatif masih belum mampu mengatasi persoalan. Bersamaan dengan hal tersebut, komunitas ilmuwan lain melakukan *ijtihad* dan melahirkan sebuah konsep baru, yakni model ekonomi syariah (Muhlis, 2011).

2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

2.1.3.1 Religiusitas

Menurut (Karim, 2011) religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat. Islam adalah salah satu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlaq.

Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut masuk dalam syariah yang berhubungan dengan muamalah. Dalam kegiatannya perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Haram yang dimaksud menurut syariat adalah haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah.

Haram zatnya disebabkan oleh objek transaksi yang haram, haram selain zatnya didasarkan bahwa setiap transaksi haruslah memiliki prinsip kerelaan (sam-sama ridho) antara kedua belah pihak agar tidak terjadinya *tadlis* yaitu penipuan. Haram dalam praktek kegiatan perekonomian karena melanggar beberapa hal yaitu *gharar*, *maisyr*, *riba*, *risywah*. Selain itu adanya dukungan dari Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam, hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam Al-Qur'an:

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبٍّ لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوَ عِنْدَ اللَّهِ ۖ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُضْغِفُونَ

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)” (QS. Ar-Rum ayat 39).

Dan yang terakhir harus memperhatikan lengkap atau tidaknya akad yang harus dilakukan. Suatu transaksi dapat dikatakan tidak sah atau sah karena adanya rukun dan syarat suatu transaksi (Karim, 2011 : 30-49).

Adapun beberapa dimensi Relegiusitas menurut Glock dan Stark dalam (Ancok, 2011) diantaranya:

a. Keyakinan (ideologis)

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan adanya unsur ketaatan bagi setiap penikutnya.

b. Praktek agama (ritualistik)

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan keajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup ketaatan, pemujaan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dan menjalankan kewajibannya. Dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat haji ataupun praktek muamalah lainnya.

c. Pengalaman (eksperiensial)

Dimensi pegalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya terkabulkan, dan merasa diselamatkan oleh Tuhan dan lain sebagainya.

d. Pengetahuan agama (intelektual)

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi. Dimensi ini dalam Islam meliputi pengetahuan tentang isi Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

e. Pengamalan

Dimensi pengamalan adalah dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal. Faktor internal yang dapat memengaruhi religiusitas seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional kegamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial berlandaskan nilai-nilai kegamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.

Menabung diperbankan syariah tentunya semua produk yang ada dan disajikan dan segala transaksi nya sudah sesuai dengan syariah islam. Dengan begitu, menabung atau bertransaksi diperbankan syariah dijamin lebih halal dan terbebas dari riba.

Pertimbangan syariah atau non syariah salah satu penentu faktor konsumsi seseorang. Seperti dimana seseorang yang sudah taat dengan agama islam pastinya tidak ingin terjerumus dalam dosa dengan menabung ataupun bertransaksi di bank konvensional. Salah satu alasan nasabah atau sebagian masyarakat muslim menabung di bank syariah tentunya bukan pada bunga yang tinggi tetapi adanya bagi hasil yang sesuai dengan syariah dan terlebih tersedianya fasilitas atau produk tabungan Haji dan Umroh yang akan memudahkan para nasabah untuk menabung dan mewujudkan keinginan nya untuk beribadah ke Baitullah.

2.1.3.2 Pengetahuan

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Women dan Minor, 2002).

Sebelum calon nasabah mempergunakan jasa perbankan, maka diperlukan sebuah atau beberapa informasi dan pengetahuan tentang bank, agar tidak ada pihak yang merasa merugikan dan dirugikan. Pengetahuan atau informasi menabung pada perbankan bisa didapat dari teman, saudara, media massa dan lain-lain. Pengetahuan juga dapat berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas dan sebagainya yang dapat menjelaskan tentang perbankan. Selain itu berkaitan dengan pengetahuan, di Al-Qur'an dijelaskan pentingnya pengetahuan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

"Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu, berilah kelapangan di dalam majelis-majelis, maka lapangkanlah. Niscaya Allah SWT akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, berdirilah kamu, maka berdirilah. Niscaya Allah SWT akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antarmu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah SWT Maha Teliti atas apa yang kamu kerjakan." (QS. Al-Mujadalah:11)

Beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan (Notoatmodjo, 2003) adalah:

a. Pengetahuan

Pendidikan merupakan proses menumbh kembangkan seluruh kemampuan dan perilaku manusia melalui pengetahuan, sehingga dalam pendidikan perlu dipertimbangkan umur dan hubungan dengan proses belajar. Pendidikan akan mempengaruhi persepsi seseorang atau lebih mudah menerima ide-ide dan peranan penting dalam menentukan kualitas manusia.

b. Paparan media massa

Melalui berbagai media massa baik cetak maupun elektronik maka berbagai informasi dapat diterima oleh masyarakat, sehingga seseorang yang lebih sering terpapar media massa aka memperoleh informasi yang lebih banyak. Semisal, koran, televisi dan handphone atau bahkan spanduk informasi yang ada di jalan raya.

c. Hubungan sosial

Dalam kehidupan bermasyarakat sering kali kita mengetahui informasi tentang suatu objek dari keluarga, karena keluarga adalah salah satu peran yang penting dan orang yang sangat dipercaya, adapun teman ataupun rekan kerja yang selalu memberikan informasi.

d. Sosial ekonomi (pendapatan)

Dalam memenuhi kebutuhan primer, maupun sekunder keluarga, status ekonomi yang baik akan lebih mudah tercukupi dibanding orang dengan status ekonomi rendah, semakin tinggi status sosial ekonomi seseorang semakin mudah dalam mendapatkan pengetahuan, sehingga menjadikan hidup lebih berkualitas.

e. Pengalaman

Pengalaman adalah suatu sumber pengetahuan atau suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan. Pengalaman seseorang individu tentang berbagai hal biasanya diperoleh dari lingkungan kehidupan dalam proses pengembangan, semisal mengikuti organisasi.

Seseorang mendapatkan informasi atau fakta baru dengan menggunakan pengetahuan yang merupakan suatu faktor penting dalam membentuk tindakan seseorang. Manusia mendapatkan ilmu pengetahuan dengan berbagai cara, yaitu dengan cara tradisional seperti bertanya kepada orang yang ahli, dari pengalaman setelah menyelesaikan masalah dan berpikir kritis. Pengetahuan dalam hal ini sangatlah penting untuk menjadi sebuah faktor yang mempengaruhi minat masyarakat atau nasabah dalam menabung di bank syariah, karena tanpa pengetahuan seseorang tidak akan pernah maju, tahu dan akan ketinggalan zaman.

2.1.3.3 Pelayanan

Menurut Ruslan (2005) ada empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan jasa, sehingga apabila tidak terpenuhi maka pelayanan atau jasa yang diberikan tidak baik. Tujuannya agar para nasabah ketika menabung mendapat pelayanan dengan baik maka perbankan syariah harus memiliki konsep tersebut, sehingga diupayakan pegawai bank syariah harus memenuhi beberapa faktor yaitu tingkah laku yang sopan, santun, ramah dan wantu menyampaikan sesuatu informasi pada nasabah haruslah secara jelas dan tepat.

Dalam menyediakan sebuah jasa, adanya fasilitas dan layanan merupakan sesuatu yang sudah menjadi kewajiban. Tanpa adanya fasilitas yang dapat menunjang keberlangsungan dan kelancaran layanan jasa yang diberikan maka konsumen akan merasa kekurangan sehingga akan mengurangi dorongan pada dirinya untuk menggunakan jasa tersebut.

Menurut Tjiptono (2000) dalam bukunya bahwa fasilitas menurutnya merupakan satu paket jasa yang diartikan sebagai suatu bundel yang terdiri atas barang dan jasa yang disediakan dalam lingkungan tersebut. Tjiptono juga menjelaskan bahwa fasilitas penunjang adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Bagi nasabah yang mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh kualitas layanan adalah juga faktor yang mempengaruhi mereka memilih sebuah produk. Jika pelayanan yang diterimanya buruk, sudah pasti mereka beralih ke produk yang lain. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada produk itu. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 2 :

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaNya” (QS. Al-Maidah:2)

Adapun yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahan pelayanan customer officer dan juga kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu kecepatan waktu, memprioritaskan nasabah dan kenyamanan ruang tempat transaksi termasuk juga menjadi pertimbangan nasabah, ketepatan pencatatan merupakan hal yang penting sebagai bukti administrasi dan transaksi kedua belah pihak. Jenis-jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat tergantung kepada kebutuhan, keinginan, kemampuan kedua belah pihak, baik pemberi pelayanan maupun yang membutuhkan pelayanan. Pelayanan bank syariah yang dimaksud bukan hanya dengan pelayanan karyawan kepada nasabah yang terjadi di bank syariah saja. Tetapi mencakup kepada kelengkapan produk, keamanan, kredibilitas, kecepatan, ketepatan pencatatan, jaringan kantor yang luas serta informasi di bank syariah lainnya.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Persaingan yang semakin ketat yang ada dimasyarakat yang bersifat bisnis atau usaha tidak dilihat dari segi mutu dan jumlah tetapi juga dalam hal layanan dan fasilitas. Justru dalam hal inilah nilai persaingan semakin meledak dengan pengenalan sistem layanan baru serba cepat dan memuaskan.

Pelayanan yang ada dalam bank syariah tentunya sangatlah penting, hal ini yang akan menarik para calon nasabah dengan fasilitas yang ada serta layanan yang sesuai dengan yang diberikan. Fasilitas tersebut terdiri dari apa saja produk yang diberikan dan disediakan untuk masyarakat, manfaat dimasa depan dan dengan konsep syariah.

2.1.3.4 Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah kemudahan untuk melakukan pendekatan. Pendekatan dalam arti pendekatan untuk berbagai kepentingan, diantaranya adalah untuk lebih bisa memahami objek yang dilakukan pendekatan maupun untuk bisa mendapatkan informasi tertentu sesuai kebutuhan seseorang. Aksesibilitas juga menggambarkan kemudahan untuk bisa berinteraksi.

Aksesibilitas sebagai salah satu faktor yang akan mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung. Dengan itu masyarakat akan mudah dalam mengakses bank syariah yaitu dari lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor ka, dan lokasi mesin anjungan tunai mandiri (ATM).

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Adapun beberapa pertimbangan dalam menentukan lokasi, diantaranya:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan.
3. Lalu lintas dan lingkungan yang akan mendukung jasa yang ditawarkan.

Tujuan aksesibilitas yang mudah adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang

strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen dan akan memudahkan masyarakat atau nasabah dalam perbankan syariah. Dan pada saat ini jumlah bank BNI Syariah dan jumlah ATM maupun setoran tunai yang semakin banyak sehingga meningkatnya akses masyarakat dan tersedianya fasilitas-fasilitas tersebut yang menunjang kelancaran dalam transaksi sehingga masyarakat akan merasa puas dan akan terus menggunakan jasa bank tersebut.

2.1.3.5 Pendapatan

Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. (Sumitro, 1990). Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 tersirat tentang pendapatan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa: 29).

Pendapatan adalah uang, barang-barang, materi atau jasa yang diterima atau bertambah selama jangka waktu tertentu. Dan dapat disimpulkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap kesadaran masyarakat dalam minat menabung. Pendapatan masing-masing masyarakat ada yang berpendapatan tinggi, sedang, dan adapula yang berpendapatan rendah sesuai dengan mata

pencapaian masing-masing. Banyak masyarakat memiliki tingkat pendapatan yang berbeda sehingga minat menabung setiap individu juga berbeda.

Menurut tabungan adalah bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi pada periode yang sama. Yang berarti tabungan dapat dicari dengan cara mengurangi pendapatan dengan konsumsi. Dalam ilmu ekonomi, tabungan dapat dituliskan dengan rumus:

$$S = Y - C$$

Dimana:

S = Tabungan

Y = Pendapatan

C = Konsumsi

Dari teori ekonomi di atas, dapat dinyatakan semakin tinggi pendapatan maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika pendapatan menurun maka keinginan atau peluang untuk bisa menabung akan semakin rendah. Sehingga pendapatan berpengaruh positif dengan minat menabung.

Sejalan dengan penjelasan teori di atas, permintaan untuk menabung di bank syariah juga dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Semakin besar pendapatan, maka permintaan untuk menabung di bank syariah akan meningkat/tinggi. Hal ini berarti bahwa berpendapatan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Dan berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu atau orang memiliki pendapatan yang berbeda-beda. Dan pada dasarnya tinggi rendahnya tabungan tergantung pada besar kecilnya pendapatan yang diperoleh.

Tetapi pada saat ini perkembangan yang terus semakin meningkat sehingga banyak masyarakat yang berpendapatan minimum lebih condong

menggunakan debit daripada kredit. Untuk inilah mengapa pendapatan seseorang sangat berpengaruh untuk mengetahui minat masyarakat yang sebenarnya.

2.1.3.6 Bagi Hasil

Menurut Al-Qardhawi dalam Daulay (2014) bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Ada dua jenis prinsip bagi hasil yang digunakan dalam produk tabungan di bank syariah, sebagai berikut:

- a. Profit Sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Profit secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan suatu perusahaan lebih besar dari biaya total.
- b. Revenue Sharing berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan. Revenue dalam kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan dari pendapatan penjualan.

Setiap pembelian produk jasa maupun barang konsumen dipengaruhi oleh tingkat keuntungan atau manfaat yang akan diperoleh dari produk tersebut. Keuntungan yang akan diperoleh konsumen pada jasa bank terutama bank syariah adalah bagi hasil. Ada empat dimensi bagi hasil yaitu presentase, menentukan nisbah, bagi untung & bagi rugi, dan jaminan (Karim, 2007).

- a. Presentase yaitu menentukan nisbah keuntungan harus didasarkan dalam bentuk presentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan

dalam nilai nominal rupiah tertentu. Nisbah keuntungan itu misalnya 50%:50%, 70%:30%, 60%:40% atau 55%:45%. Jadi nisbah keuntungan didasarkan kesepakatan, bukan berdasarkan porsi setoran modal. (Karim,2007).

- b. Bagi untung dan bagi rugi yang dimaksud adalah kedua belah pihak harus sama-sama merasakan rugi ataupun keuntungan secara adil sesuai kesepakatan.
- c. Jaminan yang dimaksud adalah jaminan yang diberikan oleh mudharib sebagai pengelola usaha kepada shohibul maal yang pemilik modal, jika pihak pengelola jasa lalai atau menyalahi kontrak, maka pemilik modal dibolehkan untuk meminta jaminan tertentu kepada mudharib. Jaminan akan disita oleh shohibul maal jika ternyata timbul kerugian karena muharib melakukan kesalahan, yaitu lali dan ingkar janji. (Karim, 2007).
- d. Besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berkontrak. Jadi, angka besaran nisbah ini muncul sebagai hasil tawar-menawar antara *shahibul maal* dengan *mudharib*. Dengan demikian, angka nisbah ini bervariasi, bisa 50:50, 60:40, 70:30, 80:20, bahkan 99:1. Namun para ahli fiqih sepakat bahwa nisbah 100:0 tidak diperbolehkan. Dalam prakteknya di perbankan modern, tawar menawar nisbah hanya terjadi pada deposito dengan jumlah besar karena memiliki daya tawar yang relatif tinggi (*special nisbah*). (Karim, 2007).

2.1.4 Perbankan Syariah

2.1.4.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah, unit usaha syariah, dan bank pembiayaan syariah (Soemitra, 2009).

Menurut (Ismail, 2011) perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan unit usahanya. Bank syariah memiliki fungsi pemnghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pemilik dana. Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerjasama usaha.

2.1.4.2 Produk Simpanan/Penghimpun dana

Penghimpunan dana di bank Syariah dapat berbentuk tabungan dan giro dan deposito. Prinsip operasional syariah diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah Prinsip Wadi'ah dan Prinsip Mudharabah.

a. Tabungan

Tabungan menurut undang-undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat di lakukan menurut syarat tertentu yang di sepakati, tetapi tidak dapat di tarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang di persamakan dengan itu. Sedangkan tabungan syariah adalah tabungan yang di jalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang mana tabungan yang di benarkan adalah tabungan yang berdasarkan:

- Tabungan Wadi'ah

Tabungan wadi'ah yang diterapkan dalah wadi'ah yad dhamanah yang diterapkan pada produk giro. Wadi'ah dhamanah berbeda dengan amanah. Dalam wadi'ah amanah pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi yaitu bank. Karena wadi'ah yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan yad

dhamanah, implikasi hukumnya sama dengan qard, dimana nasabah bertindak sebagai yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai yang dipinjam. Jadi mirip seperti yang dilakukan Zubair bin Awwam ketika menerima titipan uang di zaman Rasulullah SAW.

- Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal dan bank sebagai pengelola. Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan mudharabah atau ijarah seperti yang telah dijelaskan dahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan mudharabah kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakannya untuk melakukan mudharabah kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.

Tabel 2.1 Perbedaan Tabungan Wadi'ah dan Mudharabah

Keterangan	Wadi'ah	Mudharabah
Sifat Dana	Titipan	Investasi
Insentif	Berupa bonus yang tidak diperjanjikan dimuka dan diberikan secara sukarela oleh bank	Berupa bagi hasil yang wajib diberikan bank jika memperoleh pendapatan pada setiap periode
Pengembalian Dana	Dijamin akan dikembalikan semua oleh bank	Tidak dijamin oleh bank akan dikembalikan semua
Waktu Penarikan	Dapat dilakukan sewaktu-waktu	Hanya bisa dilakukan pada periode tertentu

(Sumber: Yaya, 2014:54)

b. Giro

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, atau dengan pemindahan

pembukuan. Dalam perbankan syariah, mekanisme giro yang dibenarkan ada dua jenis, yaitu wadiah dan mudaharabah.

- Giro wadiah

Giro wadiah adalah giro yang harus mengikuti Fatwa DSN tentang wadiah. Akad wadiah adalah akad penitipan dana dengan ketentuan penitip dana mengizinkan kepada bank untuk memanfaatkan dana yang di titipkan tersebut dan bank wajib mengembalikan apabila sewaktu-waktu penitip mengambil penitip mengambil dana tersebut.

- Giro mudharabah

Giro mudharabah meru[akan instrumen penghimpunan dana melalui produk giro yang menggunakan akad mudharabah. Giro mudharabah adalah giro yang harus mengikuti Fatwa DSN tentang mudharabah. Akad mudharabah adalah akad yang digunakan dalam perjanjian antara pihak penanaman dana dan pengelolaan dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah di sepakati sebelumnya.

c. Deposito

Menurut UU Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, deposito adalah investasi dana berdasarkan adad mudharabah atau akad lainnya tidak bertantangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah atau unit usaha syariah. Fatwa DSN Nomor 2000 menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan dalam syariah adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang bisa dijadikan referensi oleh penulis, perbedaan dengan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian, tahun penelitian serta variabel penelitian.

Dan penelitian terdahulu antara lainnya:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama tahun	Judul	Metode	Hasil
1.	Safaruddin Munthe (2014)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bagi hasil, pelayanan, religiusitas dan pendapatan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan.
2.	Alfi Mulikhah Lestari (2015)	Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah	Metode analisis faktor dengan uji IBM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi utama menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Binsnis Universitas Brawijaya di bank syariah karena kepatuhan agama dan pengetahuan ilmiah.
3.	Yunita Nur Khafifah (2016)	Analisis pengaruh pendapatan, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di BTN Syariah.	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan pendapatan berpengaruh positif dan tidak signifikan.
4.	Rahma Bellani Oktavindria (2017)	Pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan aksesibilitas terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah	Metode kuantitatif dengan teknik convience sampling	Hasil dari penelitian ini adalah variabel religiusitas, kepercayaan dan aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

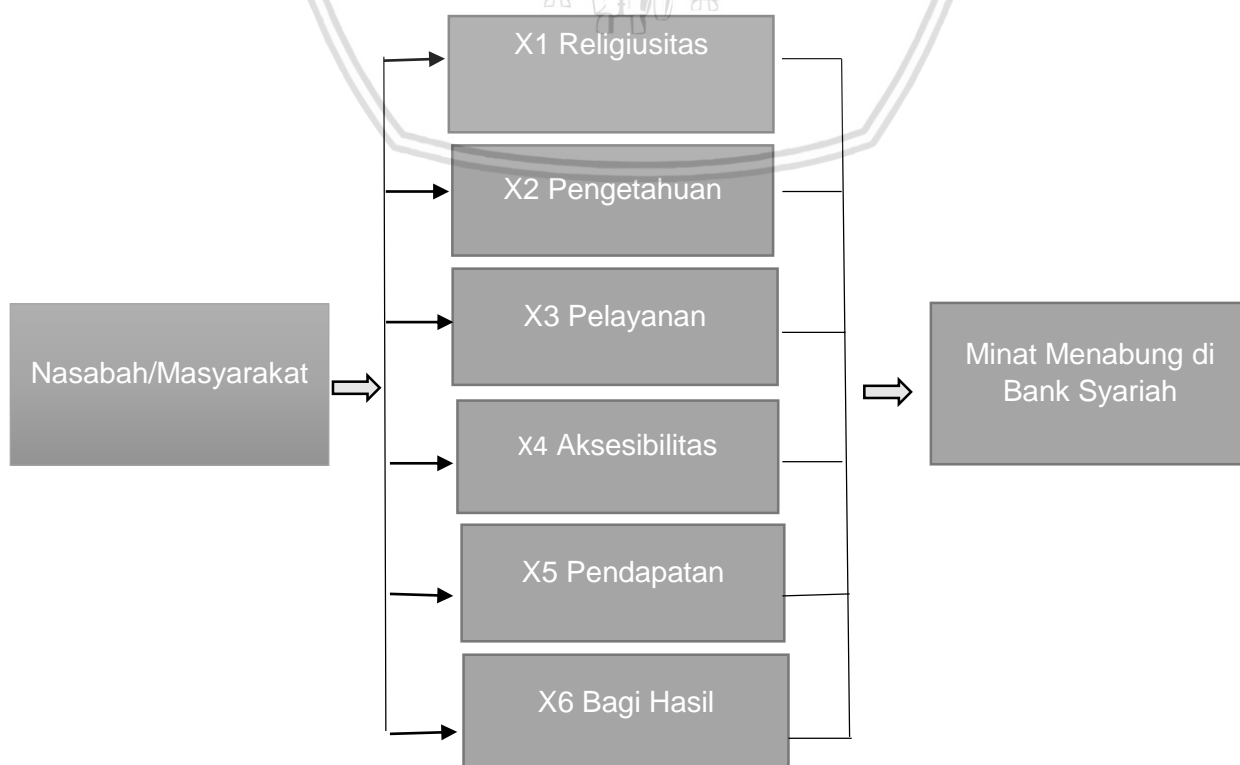
No.	Nama tahun	Judul	Metode	Hasil
5.	Ika Muarifah (2015)	Pengaruh Tingkat Pendapatan Masyarakat Dan Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Negara Indonesia Kabupaten Pati Tahun 2015	Metode Kuantitatif Deskriptif.	Hasil dari penelitian ini adalah variabel tingkat pendapatan dan kualitas pelayanan karyawan berpengaruh secara signifikan dan positif parsial maupun simultan.
6.	Riries Mia Reshtita (2015)	Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di bank BNI di Sidoarjo	Metode analisis regresi berganda	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pelanggan tabungan bunga Bank BNI Sidoarjo. Promosi, lokasi, dan kualitas Layanan secara bersamaan memiliki efek tidak signifikan simu.

Sumber: Data Primer diolah, 2018.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka teoritis adalah suatu model yang digunakan untuk menerangkan hubungan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam masalah.

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Ilustrasi Penulis, 2018.

Keputusan konsumen untuk menabung di suatu bank dalam penelitian ini sudah dipertimbangkan terlebih dahulu. Setelah itu, barulah konsumen memilih tabungan.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan karena sifatnya masih sementara, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Variabel religiusitas, pengetahuan, pelayanan dan aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat masyarakat dalam menabung di bank syariah.

H_1 : Variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_2 : Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_3 : Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_4 : Variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_5 : Variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

H_6 : Variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan jenis dan metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif bersumber pada data primer. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara kepada responden

Menurut (Sugiyono, 2009) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random begitu juga pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang diperoleh menggunakan data primer berupa kuesioner dan wawancara.

Adapun beberapa metode statistik yang digunakan dalam metode analisis data antara lain, statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009).

Penelitian ini akan membahas tentang identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung dan bertransaksi di perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apa saja faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berhubungan dengan bank syariah baik untuk menabung dan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas)

yaitu: relegiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan, dan bagi hasil terhadap variabel dependen (terikat) yakni minat masyarakat dalam menabung di perbankan syariah.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT. BNI Syariah Malang, khususnya pada nasabah yang berlokasi di Jl. Jaksa Agung Suprpto Malang Jawa Timur. Waktu penelitian dimulai pada bulan Mei sampai Juli 2018. Dimana populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BNI Syariah Malang. Dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk tabungan saat ditemui waktu penelitian di PT. BNI Syariah Malang. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang diteliti sangat besar dan tersebar di wilayah yang cukup luas. Maka nasabah yang mudah ditemui dan dirasa bisa untuk dijadikan responden penelitian.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana cara mengukur suatu variabel. Dengan kata lain definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Maka dengan demikian definisi operasional diperlukan untuk menjelaskan variable-variable yang sudah diidentifikasi untuk upaya pemahaman dan penelitian. Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik penelitian.

Dalam penelitian ini yang dijadikan objek atau variabel penelitian adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa BNI Syariah khususnya yang berada di wilayah Kota Malang. Berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu maka variabel yang akan diteliti nantinya akan dibagi menjadi kedalam dua jenis

variabel yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable). Kedua jenis variabel yang dipilih untuk menjadi objek penelitian ialah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Kode
Religiusitas	Tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya	1. Keyakinan bahwa Islam adalah sumber dari segala hukum	X ₁
		2. Menjalankan praktek agama yang telah ditetapkan oleh Allah SWT	
		3. Mengetahui hukum-hukum yang harus diimani (hukum riba)	
		4. Merasa dekat dan dicintai oleh Tuhan	
		5. Berusaha mematuhi norma Islam dalam bermasyarakat, berbudaya dan politik	
Pengetahuan	Pengetahuan terhadap produk bank syariah terkait dengan produk dan jasa yang ditawarkan.	1. Mengetahui produk bank dari pendidikan	X ₂
		2. Mengetahui produk bank dari media massa	
		3. Menabung untuk memenuhi kebutuhan dimasa depan	
		4. Mengetahui produk bank dari hubungan sosial masyarakat	
		5. Mengetahui produk bank dari pengalaman	
Pelayanan	Pelayanan atau fasilitas adalah segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah dengan tujuan untuk memberikan	1. Karyawan berkomunikasi dengan baik, sopan, ramah	X ₃
		2. Karyawan memberi pelayanan yang sama pada setiap nasabah	

Variabel	Definisi	Indikator	Kode
	kepuasan pelanggan (nasabah) atas barang dan jasa yang diberikan.	3. Karyawan selalu kerja cepat dan memberikan informasi terkait produk dan layanan	
		4. Merasa aman dan nyaman berada di bank	
		5. Merasa puas dengan pelayanan dan faham dengan informasi yang diberikan	
Aksesibilitas	Aksesibilitas merupakan penentuan tempat lokasi bank syariah tersebut agar terlihat strategis dan mudah untuk dijangkau oleh seluruh masyarakat dan nasabah yang menggunakan jasa dari bank syariah serta kondisi bank yang baik guna menarik minat nasabah agar nantinya ingin menggunakan jasa bank syariah tersebut	1. Lokasi bank mudah dijangkau sarana transportasi	X ₄
		2. Bank syariah memiliki tempat parkir luas dan aman	
		3. Bank syariah berada dilingkungan aman dan mendukung	
		4. Adanya fasilitas bank/ATM ditempat tinggal responden	
		5. Fasilitas bank/ATM dan mudah untuk dijangkau	
Pendapatan	Pendapatan adalah uang, barang-barang, materi atau jasa yang diterima atau bertambah selama jangka waktu tertentu.	1. Pendapatan yang didapatkan tinggi/lebih	X ₅
		2. Nasabah mengetahui akad wadiah dan mudharabah	
		3. Akad mudaharabah akan meningkatkan pendapatan nasabah	
		4. Besar bagi hasil ditentukan oleh jumlah simpanan	
		5. Pendapatan yang tinggi akan menarik minat menabung masyarakat	
Bagi Hasil	Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati	1. Mengetahui arti bagi hasil pada produk tabungan	X ₆
		2. Nisbah bagi hasil ditentukan oleh	

Variabel	Definisi	Indikator	Kode
	dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak	kesepakatan bersama 3. Bagi hasil memudahkan nasabah 4. Menabung karena adanya akad mudharabah yang menguntungkan 5. Menabung karena produk bagi hasil menarik	
Minat Menabung	Suatu proses dimana masyarakat atau nasabah melakukan pemikiran dan pertimbangan terhadap minat yang membuat nasabah tertarik untuk menabung dan bertransaksi di perbankan syariah.	1. Menabung di bank syariah karena keinginan diri sendiri 2. Menabung karena ingin terhindar dari riba, gharar, dan maisyir 3. Menabung di bank syariah karena merasa aman dan percaya pihak bank amanah 4. Menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan pahala & berkah 5. Menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia akhirat	Y

Sumber: Data Olahan Penulis, 2018

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2009). Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek

itu. Dalam penelitian jumlah populasi harus disebutkan yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi dan wilayah yang akan diteliti. Maksudnya adalah untuk membatasi daerah yang akan digeneralisasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. BNI Syariah.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diterapkan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *incidental sampling*.

Incidental sampling (sampling insidental) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data/nara sumber (Sugiyono, 2012). Sehingga dalam teknik sampling disini peneliti mengambil responden pada saat itu juga di BNI Syariah Cabang Malang.

Dalam menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan metode Roscoe (1975) yang memberikan beberapa panduan dalam menentukan ukuran sampel, yaitu :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

2. Jika sampel dipecah ke dalam subsample (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya). Ukuran sampel minimum 30 untuk setiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebanyak 10X lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Sehingga Berdasarkan pengukuran sampel Roscoe (1975) ukuran sampel 10 kali lebih besar dari total variabel dependen dan variabel independen yang di teliti telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, perhitungan sampel yang digunakan semestinya 70 responden, tetapi dengan kendala waktu yang tidak memungkinkan untuk melanjutkan penelitian. Oleh karena itu sampel yang saya ambil dalam penelitian ini sebesar 50 responden.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah pengumpulan data lapangan yang secara langsung diperoleh dengan teknik kuisisioner dengan pengedaran pertanyaan mengenai alasan atau faktor yang menjadikan nasabah berminat dalam menabung di bank syariah yang berhubungan dengan variabel-variabel yang berhubungan dengan minat masyarakat. Wawancara dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan nasabah Bank BNI Syariah di Kota Malang dengan tujuan untuk mendukung tehknik kuesioner.

1. Data sekunder yang mendukung dan diperoleh dari website Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Statistik Perbankan Syariah, dan dengan cara membaca buku-buku, jurnal dan berbagai dinas atau instansi teknis, perpustakaan, perbankan, BPS, dan berbagai literature yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Data primer belum mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan sehingga perlu diolah lebih lanjut. Untuk mendapatkan data primer, peneliti menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlahnya cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data objektif dan cepat.

Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Tabel 3.2 Skala Likert

Indikator Variabel	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3

Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Neuman, 2006)

Dalam penelitian ini penggunaan skala yang digunakan dengan skor antara 4 sampai dengan 1, hal ini dilakukan untuk menghilangkan pilihan ragu-ragu atau netral agar hasil yang didapatkan lebih pasti dan akurat. Neuman (2006) menyatakan bahwa dalam skala likert, kategori atau pilihan netral mengisyaratkan sebuah kategori yang tidak seimbang atau tidak merata.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah analisis statistik deskriptif untuk menjelaskan atau menggambarkan penelitian responden dan distribusi item masing-masing variabel. Dari data yang dikumpulkan, diedit dan ditabulasikan dalam tabel, kemudian dibahas secara deskriptif.

3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebuah instrumen penelitian digunakan untuk memperoleh data-data penelitian dan dilakukan uji coba agar diperoleh instrumen dengan tingkat validasi dan reliabilitas yang akurat. Salah satu ciri instrumen yang baik adalah apabila instrumen itu dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur secara valid. Biasanya sebelum penelitian, dilakukan try out untuk mengetahui apakah alat ukur sudah valid atau reliabel atau belum.

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan

butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, semakin kecil varians kesalahan, semakin valid alat ukurnya (Wijaya, 2013).

Tolak ukur validitas yang digunakan apabila koefisien r -hitung $>$ r -tabel pada taraf signifikan 5% (0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sementara itu syarat minimum instrumen dinyatakan valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2008) apabila koefisien korelasi dibawah 0.30, maka dapat disimpulkan butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Dengan demikian instrumen dianggap memenuhi syarat validitas apabila r hitung $>$ 0.30 maka butir dalam penelitian tersebut dinyatakan tidak valid dan berlaku sebaliknya.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata reliability. Suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama, semakin kecil perbedaan hasil yang diperoleh, semakin andal tesnya (Wijaya,2013). Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi jawaban kuesioner. Pada penelitian ini reliabilitas diukur menggunakan program SPSS for windows versi 18, dan dengan alat ini memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach Alpha* $>$ 0,60.

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi. Regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan peneliti bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua

atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk melihat korelasi antara religiusitas pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil terhadap faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menabung dan bertransaksi di perbankan syariah dengan menggunakan program SPSS versi 18 for windows. Pemilihan alat analisis ini diambil untuk menjawab hipotesis sebelumnya. Regresi Linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu independen variabel terhadap dependen variabel (Wijaya, 2013). Model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan:

- Y = Faktor yang mempengaruhi Minat Menabung
- α = Konstansta
- X1 = Relegiusitas
- X2 = Pengetahuan
- X3 = Pelayanan
- X4 = Aksesibilitas
- X5 = Pendapatan
- X6 = Bagi Hasil
- e = Residual Error dari masing-masing variabel

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada didalam model regresi linear berganda.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Dalam uji *kolmogorov smirnov*

apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal, namun jika signifikan $> 0,50$ maka data terdistribusi dengan normal.

Selain uji *kolmogorov smirnov* untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data (titik) menyebar menjauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji terjadi nya perbedaan *variance residual* satu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Metode regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengan pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas jika pola dalam Scatterplot tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada tidak membentuk pola tertentu yang mengatur (bergelombang, melebar, dan kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tidak hanya menggunakan gambar dengan pola tertentu namun juga menggunakan statistik dengan uji glejser. *Glejser* mengusulkan untuk meregres

nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan di atas tingkat 5% atau $> 0,05$ dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji Multikolinearitas ini digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas terjadi Multikolinearitas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi yaitu nilai *Tolerance* diatas 0.1 dan nilai *VIF* dibawah 10.

3.6.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis penting untuk dilakukan dalam sebuah penelitian. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sebagai cara untuk menguji hipotesis.

3.6.4.1 Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dengan dependen secara simultan. Pengujian melalui Uji F atau variasinya dengan memebandingkan F hitung (F_h) dengan F tabel (F_t) dengan derajat signifikan sebesar 5%. Apabila $F_h > F_t$ atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila $F_h < F_t$ atau probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen pada variabel dependen (Wijaya, 2013).

3.6.4.2 Uji t (Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel independen digunakan uji t, yang berfungsi untuk menguji koefisien regresi linear berganda secara parsial. Pengujian melalui uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, dengan derajat signifikan 5%. Apabila t hitung > t tabel atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel dependen dapat menerangkan variabel independen dan memang ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji. Apabila t hitung < t tabel atau probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel dependen dapat menerangkan variabel independen dan tidak ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji (Wijaya, 2013).

3.6.4.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka besar proporsi dan total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BNI Syariah yang ada di Kota Malang. Untuk mendapatkan gambaran mengenai responden, penulis melakukan pengujian pada nasabah BNI Syariah yang menggunakan produk tabungan baik itu akad wadiah maupun mudharabah yang memiliki usia tabungan lebih dari setahun, dan dianggap memiliki kriteria sebagai nasabah. Sehingga nasabah yang sudah menjadi responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang ditemui oleh penulis dan dirasa cocok sebagai responden. Dengan demikian sesungguhnya tampilan perilaku masyarakat atau nasabah yang berkaitan dengan minat menabung sesungguhnya akan dipengaruhi oleh factor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan jasa dan produk bank syariah.

Adapun BNI Syariah menyediakan beberapa produk yang menjawab kebutuhan nasabah, mulai dari produk pembiayaan, produk pendanaan dan jasa-jasa perbankan lainnya. Pada produk pembiayaan terdiri dari produk iB Hasanah Card, Griya iB Hasanah, Haji iB Hasanah, Rahn Emas iB Hasanah, Multijasa iB Hasanah, Multiguna iB Hasanah, Flexi iB Hasanah, CCF iB Hasanah, Wirausaha iB Hasanah, Tunas Usaha iB Hasanah, Linkage Program iB Hasanah, Kopkar/Kopeg iB Hasanah, Usaha Kecil iB Hasanah, Usaha Besar iB Hasanah, Sindikasi iB Hasanah, Multifinance iB Hasanah, OTOiB Hasanah. Pada produk jasa dan layanan terdiri dari payroll gaji, cash management, payment center. Sedangkan pada produk pendanaan diantaranya adalah Tabungan iB Baitullah Hasanah, Tabungan iB Hasanah, Tabungan iB Prima Hasanah, Tabungan iB

Tapenas Hasanah, Tabungan iB Bisnis Hasanah, TabunganKu iB, Giro iB Hasanah, Deposito iB Hasanah (PT. Bank BNI Syariah, 2011).

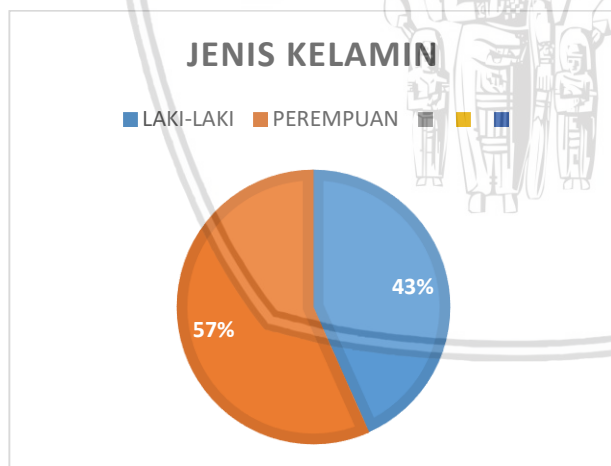
4.2 Gambaran Umum Responden

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda. Untuk itu perlu dilakukan pengelompokan dalam karakteristik tertentu. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pendidikan dan jenis tabungan. Berikut ini hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah disebar.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang terpilih berdasarkan jenis kelamin dalam dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui proporsi jenis kelamin jelas dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Gambar 4.1 Jenis kelamin

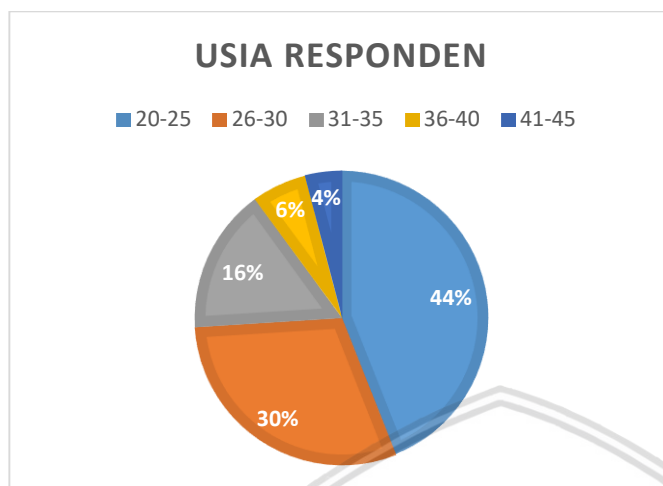


Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan keterangan gambar 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 34 orang atau 66% dibanding laki-laki yang hanya 16 orang atau 34%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.2 Usia Responden



Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan gambar 4.2 ini memperlihatkan bahwa responden berusia 20-25 tahun sebanyak 22 orang, yang berusia 26–30 tahun sebanyak 15 orang, yang berusia 31–35 tahun sebanyak 8 orang, usia 36-40 sebanyak 3 orang, dan responden yang berusia 41-45 hanyalah 2 orang.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun latar belakang pendidikan responden nasabah BNI Syariah Malang sebagai berikut:

Tabel 4.1 Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1.	SMA	4	8,0%
2.	S1	44	88,0%
3.	S2	2	4,0%
Total		50	100

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan gambar 4.1 latar belakang pendidikan responden memperlihatkan bahwa sebagian besar berpendidikan S1 atau 88%, berpendidikan SMA 8% dan latar belakang S2 yakni 4%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan

Adapun data mengenai apakah responden nasabah BNI Syariah menggunakan tabungan jenis wadiah atau mudharabah, karena dalam produk tabungan mempunyai dua jenis akad yang berbeda yaitu wadiah (titipan) atau mudharabah (kerja sama), maka untuk melihat data hasil jenis tabungan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Janis tabungan

No.	Jenis Tabungan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Wadiah	36	72,0%
2.	Mudharabah	14	28,0%
Total		50	100

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.2 diatas dapat dijelaskan bahwa sebanyak 72% menggunakan tabungan jenis wadiah dan 28% menggunakan tabungan jenis mudharabah.

4.2.5 Deskriptif Jawaban Responden

Deskriptif jawaban dibawah ini adalah hasil dari jawaban responden dalam kuesioner penelitian yaitu:

Tabel 4.3 Deskriptif Jawaban Responden

Variabel	Item	Skala Jawaban							
		4		3		2		1	
		SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
X1 (Religiusitas)	1	31	38,0	19	62,0	0	0	0	0
	2	22	44,0	28	56,0	0	0	0	0
	3	12	24,0	38	76,0	0	0	0	0
	4	7	14,0	43	86,0	0	0	0	0
	5	5	10,0	43	86,0	2	4,0	0	0
X2 (Pengetahuan)	1	20	40,0	26	52,0	4	8,0	0	0
	2	25	50,0	25	50,0	0	0	0	0
	3	24	48,0	26	52,0	0	0	0	0
	4	19	38,0	31	62,0	0	0	0	0
	5	21	42,0	29	58,0	0	0	0	0

Variabel	Item	Skala Jawaban							
		4		3		2		1	
		SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
X3 (Pelayanan)	1	19	38,0	28	56,0	3	6,0	0	0
	2	26	52,0	24	48,0	0	0	0	0
	3	25	50,0	24	48,0	1	2,0	0	0
	4	21	42,0	28	56,0	1	2,0	0	0
	5	23	46,0	25	50,0	2	4,0	0	0
X4 (Aksesibilitas)	1	24	48,0	22	44,0	4	8,0	0	0
	2	27	54,0	23	46,0	0	0	0	0
	3	23	46,0	27	54,0	0	0	0	0
	4	20	40,0	30	60,0	0	0	0	0
	5	26	52,0	24	48,0	0	0	0	0
X5 (Pendapatan)	1	31	62,0	17	34,0	0	0	0	0
	2	23	46,0	27	54,0	0	0	0	0
	3	17	34,0	33	66,0	0	0	0	0
	4	9	18,0	41	82,0	0	0	0	0
	5	8	18,0	42	84,0	0	0	0	0
X6 (Bagi Hasil)	1	22	44,0	27	54,0	1	2,0	0	0
	2	24	48,0	26	52,0	0	0	0	0
	3	22	44,0	28	56,0	0	0	0	0
	4	17	34,0	31	62,0	2	4,0	0	0
	5	22	44,0	26	52,0	2	4,0	0	0
Y (Minat Menabung)	1	19	38,0	29	58,0	2	4,0	0	0
	2	25	50,0	25	50,0	0	0	0	0
	3	22	44,0	28	56,0	0	0	0	0
	4	13	26,0	36	72,0	1	2,0	0	0
	5	18	36,0	31	62,0	1	2,0	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2018.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	kesimpulan
Variabel Religiusitas (X1)	X1a	0,524	0,279	Valid
	X1b	0,676	0,279	Valid
	X1c	0,403	0,279	Valid
	X1d	0,393	0,279	Valid

Variabel	Item pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	kesimpulan
	X1e	0,385	0,279	Valid
Variabel pengetahuan (X2)	X2a	0,503	0,279	Valid
	X2b	0,674	0,279	Valid
	X2c	0,694	0,279	Valid
	X2d	0,592	0,279	Valid
	X2e	0,349	0,279	Valid
Variabel Pelayanan (X3)	X3a	0,455	0,279	Valid
	X3b	0,540	0,279	Valid
	X3c	0,569	0,279	Valid
	X3d	0,477	0,279	Valid
	X3e	0,468	0,279	Valid
Variabel Aksesibilitas (X4)	X4a	0,470	0,279	Valid
	X4b	0,608	0,279	Valid
	X4c	0,633	0,279	Valid
	X4d	0,552	0,279	Valid
	X4e	0,468	0,279	Valid
Variabel Pendapatan (X5)	X5a	0,413	0,279	Valid
	X5b	0,582	0,279	Valid
	X5c	0,669	0,279	Valid
	X5d	0,617	0,279	Valid
	X5e	0,340	0,279	Valid
Variabel Bagi Hasil (X6)	X6a	0,368	0,279	Valid
	X6b	0,527	0,279	Valid
	X6c	0,723	0,279	Valid
	X6d	0,576	0,279	Valid
	X6e	0,529	0,279	Valid
Variabel Minat Menabung (Y)	Ya	0,485	0,279	Valid
	Yb	0,580	0,279	Valid
	Yc	0,672	0,279	Valid
	Yd	0,447	0,279	Valid
	Ye	0,347	0,279	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa semua pertanyaan tiap variabel yang digunakan dinyatakan valid, karena item pertanyaan memiliki r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel yaitu $> 0,279$.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria alpha hitung lebih besar dari koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60 maka data yang di ujikan memiliki reabilitas yang baik. Uji reabilitas

ini juga diuji secara satu persatu antar variabel. Adapun hasil perhitungan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient's	Cronbach's Alpha	Keterangan
Religiusitas (X1)	5 item	0,665	Reliabel
Pengetahuan (X2)	5 item	0,687	Reliabel
Pelayanan (X3)	5 item	0,706	Reliabel
Aksesibilitas (X4)	5 item	0,684	Reliabel
Pendapatan (X5)	5 item	0,615	Reliabel
Bagi Hasil (X6)	5 item	0,663	Reliabel
Minat Menabung (Y)	5 item	0,631	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel religiusitas (X1), variabel pengetahuan (X2), variabel pelayanan (X3), variabel aksesibilitas (X4), variabel pendapatan (X5), variable bagi hasil (X6) dan minat menabung (Y) lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan data telah reliabel yang berarti bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menguji naskah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikannya $> 0,05$ maka distribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Adapun tabel uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.6 Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,87283121
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,056
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,393
Asymp. Sig. (2-tailed)		,998

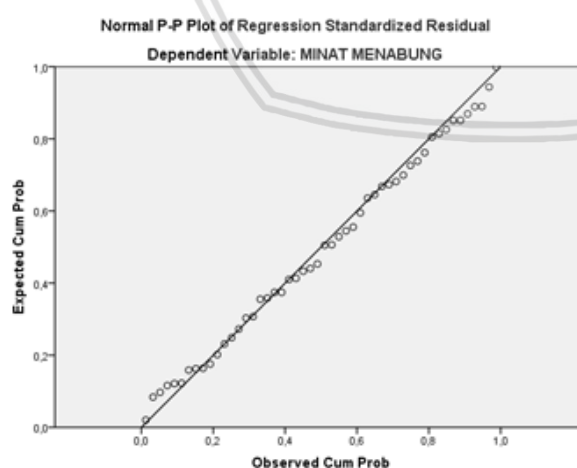
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Data primer diolah, 2018)

Berdasarkan hasil di atas dapat dilakukan bahwa nilai signifikan sebesar $0,998 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Selain dengan uji *Kolmogrov Smirnov* untuk menguatkan data yang berdistribusi normal dengan menggunakan uji pada gambar pola P-plot yang garis pola atau titik-titik berada ada garis diagonal, seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.3 Uji Nomalitas P-plot



Sumber: Data primer diolah, 2018.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melihat kurva norma P-plot yang ada di gambar 4.4 dapat disimpulkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal. Jadi data menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

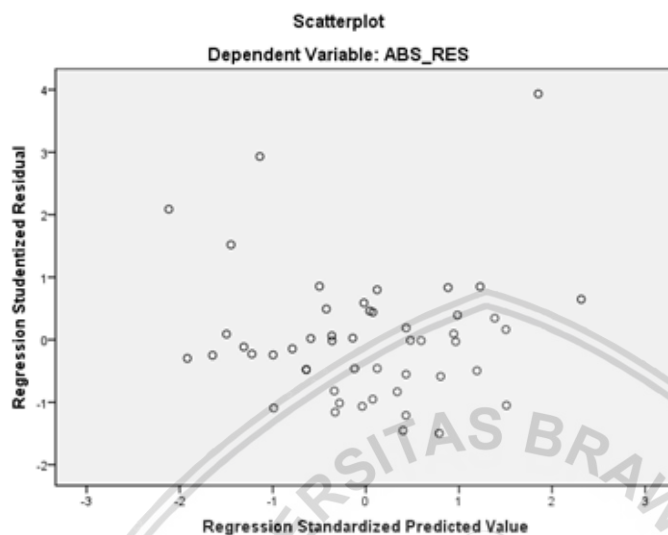
Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan yang lain. Adapun cara mengujinya dengan menggunakan metode glejser. Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika signifikan di atas tingkat kepercayaan 0,05 dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu model regresi dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan titik-titik data tidak berpola. Adapun tabel dan gambar uji heteroskedastisitas adalah:

Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1,921	,980			1,960	,057
RELIGIUSITAS	-,111	,090	-,297		-1,236	,223
PENGETAHUAN	,121	,123	,397		,981	,332
PELAYANAN	,087	,051	,305		1,694	,097
AKSESIBILITAS	-,144	,125	-,488		-1,151	,256
PENDAPATAN	-,042	,090	-,115		-,467	,643
BAGI HASIL	,013	,072	,042		,178	,860

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas

(Sumber: Data primer diolah, 2018)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas disimpulkan bahwa tingkat signifikannya berada di atas 0,05 dan dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan pada gambar 4.4 di atas terlihat bahwa Scatterplot tidak membentuk suatu pola tertentu serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Uji Multikolinearitas ini digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas terjadi Multikolinearitas atau tidak. Model yang baik seharusnya

tidak terjadi yaitu nilai Tolerance diatas 0.1 dan nilai VIF dibawah 10. Adapun hasil output uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	RELIGIUSITAS	,340	2,941
	PENGETAHUAN	,119	8,382
	PELAYANAN	,605	1,654
	AKSESIBILITAS	,109	9,193
	PENDAPATAN	,325	3,077
	BAGI HASIL	,359	2,786

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG

(Sumber: Data primer diolah, 2018)

Berdasarkan data diatas disimpulkan bahwa model regresi yang diteliti tidak terjadi multikolinearitas karena hasil VIF yang didapat yaitu < 10 yaitu variabel X1 sebesar 2,941, X2 sebesar 8,382, X3 sebesar 1,654, X4 sebesar 9,193, X5 sebesar 3,077 dan X6 sebesar 2,786.

4.3.4 Uji Regresi Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, adapun model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y = Faktor yang mempengaruhi Minat Menabung

α = Konstansta

β_1 = Koefisien Religiusitas

X1 = Tingkat Relegiusitas

β_2 = Koefisien Pengetahuan

- X2 = Tingkat Pengetahuan
 β3 = Koefisien Pelayanan
 X3 = Tingkat Pelayanan
 β4 = Koefisien Aksesibilitas
 X4 = Tingkat Aksesibilitas
 e = Residual Error dari masing-masing variabel

Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-,483	1,762		-,274
	x1	,357	,162	,298	2,201
	x2	,469	,217	,483	2,168
	x3	,212	,092	,234	2,310
	x4	,666	,220	,705	3,031
	x5	,395	,161	,339	2,457
	x6	,276	,129	,279	2,134

a. Dependent Variable: y

(Sumber: Data Primer diolah, 2018)

Dari analisis regresi linear berganda tersebut diketahui persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,483 + 0,357X_1 + 0,469X_2 + 0,212X_3 + 0,666X_4 + 0,395X_5 + 0,276X_6 + e$$

Dari hasil pengujian regresi linear berganda terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari keempat variabel bebas (β1, β2, β3, β4, β5, β6) bertanda positif (+) hal ini berarti bahwa bila variabel religiusitas, pengetahuan, pelayanan, dan aksesibilitas terpenuhi mengakibatkan minat menabung akan semakin meningkat, dan sebaliknya jika bertanda negatif (-) hal ini berarti bahwa variabel religiusitas, pengetahuan, pelayanan, dan aksesibilitas

terpenuhi akan mengakibatkan minat menabung akan menurun. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Apabila nilai variabel yang terdiri dari religiusitas, pengetahuan, pelayanan, dan aksesibilitas mempunyai nilai nol, maka variabel minat menabung akan tetap sebesar -0,483, karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar -0,483.
- b. Nilai koefisien religiusitas (X1) sebesar 0,357 (35,7%) menunjukkan variabel religiusitas (X1) berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar religiusitas masyarakat Kota Malang, maka minat menabung di bank syariah akan semakin meningkat.
- c. Nilai koefisien pengetahuan (X2) sebesar 0,469 (46,9%) menunjukkan variabel pengetahuan (X2) berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar pengetahuan masyarakat Kota Malang, maka minat menabung di bank syariah akan semakin meningkat.
- d. Nilai koefisien pelayanan (X3) sebesar 0,212 (21,2%) menunjukkan variabel pelayanan (X3) berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin baik pelayanan dari pihak perbankan syariah, maka minat menabung di bank syariah akan semakin meningkat.
- e. Nilai koefisien aksesibilitas (X4) sebesar 0,666 (66,6%) menunjukkan variabel aksesibilitas (X4) berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin strategis lokasi dan akses perbankan syariah maka minat menabung di bank syariah akan semakin meningkat.
- f. Nilai koefisien pendapatan (X5) sebesar 0,359 (35,9%) menunjukkan variabel pendapatan (X5) tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar pelayanan dari pihak perbankan syariah, maka minat menabung di bank syariah akan semakin meningkat.

- g. Nilai koefisien bagi hasil (X6) sebesar 0,276 (27,6%) menunjukkan variabel bagi hasil (X6) tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar pelayanan dari pihak perbankan syariah, maka minat menabung di bank syariah akan semakin meningkat.

4.3.5 Uji Hipotesis

4.3.5.1 Uji F (Simultan)

Uji f (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini religiusitas (X1), pengetahuan (X2), pelayanan (X3), aksesibilitas (X4), pendapatan (X5), dan bagi hasil (X6) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung (Y). Kriteria: 1) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. 2) jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4.10 Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,649	6	17,608	19,733	,000 ^a
	Residual	38,371	43	,892		
	Total	144,020	49			

a. Predictors: (Constant), x6, x3, x1, x2, x5, x4

b. Dependent Variable: y

(Sumber: Data primer diolah, 2018)

Berdasarkan data diatas nilai F_{hitung} adalah 19,733 sedangkan pada F_{tabel} diperoleh bahwa df_1 (jumlah variabel - 1) atau (4 - 1) dan df_2 ($n - k - 1$) atau 50 - 4 - 1 dan menghasilkan nilai F_{tabel} sebesar 2,54 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $19,733 > 2,54$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa religiusitas (X1), pengetahuan (X2), pelayanan (X3), aksesibilitas (X4), pendapatan (X5), dan bagi hasil (X6)

secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung (Y).

4.3.5.2 Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Adapun hasil pengujian uji t sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji t (parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,483	1,762		-,274	,785
	x1	,357	,162	,298	2,201	,033
	x2	,469	,217	,483	2,168	,036
	x3	,212	,092	,234	2,310	,026
	x4	,666	,220	,705	3,031	,004
	x5	,395	,161	,339	2,457	,018
	x6	,276	,129	,279	2,134	,039

a. Dependent Variable: y

(Sumber: Data primer diolah, 2018)

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.11 diatas terlebih dahulu menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikan $5\% : 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dan derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ atau $50 - 4 - 1 = 55$ dengan pengujian dua sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 2,004.

1. H_1 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan maka t_{hitung} pada variabel religiusitas sebesar 2,201 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,004 dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau

variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan ($0,033 < 0,05$).

2. H_2 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pengetahuan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan maka t_{hitung} pada variabel pengetahuan sebesar 2,168 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,004 dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan ($0,036 < 0,05$).
3. H_3 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pelayanan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan maka t_{hitung} pada variabel pelayanan sebesar 2,310 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,004 dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan ($0,026 < 0,05$).
4. H_4 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel aksesibilitas terhadap minat menabung di perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan maka t_{hitung} pada variabel aksesibilitas sebesar 3,031 berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 2,004 dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau variabel aksesibilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan ($0,004 < 0,05$).
5. H_5 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan maka t_{hitung} pada variabel pendapatan sebesar 2,457 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,004 dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan ($0,018 < 0,05$).

6. H_4 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel bagi hasil terhadap minat menabung di perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan maka t_{hitung} pada variabel bagi hasil sebesar 2,134 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,004 dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima atau variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dengan nilai signifikan ($0,039 < 0,05$).

4.3.5.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka besar proporsi dan total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 4.12 Uji Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,856 ^a	,734	,696	,945

a. Predictors: (Constant), x6, x3, x1, x2, x5, x4

(Sumber: Data primer diolah, 2018)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.12 diatas, besarnya koefisien determinasi atau adjusted R^2 0,696 hal tersebut berarti bahwa 69,6% variabel minat menabung dipengaruhi oleh religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil, sedangkan sisanya ($100\% - 69,6\%$) adalah 30,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar persatuan tersebut.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan uraian tersebut dimana pembahasan dari persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap minat menabung dapat dilihat dengan pengujian t-hitung yang dihasilkan dalam uji regresi nilai uji t-hitung $>$ t-tabel ($2,201 > 2,004$) dengan demikian hipotesis ini diterima pada tingkat signifikan $0,033 < 0,05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka dia akan berhati-hati dalam memilih segala sesuatu yang akan dia kerjakan sesuai dengan ajaran agama Islam. Sama halnya dengan minat menabung pada bank syariah, semakin besar tingkat religiusitas masyarakat Kota Malang maka minat menabung pada bank syariah akan semakin meningkat karena sistem perbankan yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2015) dengan judul Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi utama menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Binsnis

Universitas Brawijaya di bank syariah karena kepatuhan agama dan pengetahuan ilmiah.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Syafi'i (Wibowo, 2007), munculnya bank syariah adalah karena dorongan yang kuat dari keyakinan agama baik secara tekstual maupun historis, dimana agama diyakini membahas kehidupan dan persoalan-persoalan pengelolaan keduniaan termasuk mengelola bank dan bagaimana transaksi. Maka religiusitas seharusnya memiliki peran besar terhadap partisipasi masyarakat Indonesia terhadap bank syariah. Jadi hasil analisis di atas menunjukkan bahwa tingkat variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini disebabkan karena masyarakat yang mayoritas muslim.

Religiusitas sangat penting terhadap sesuatu dalam mengambil keputusan. Tinggi rendahnya kualitas religiusitas seseorang akan mempengaruhi seseorang dalam memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas adalah salah satu variabel yang mempengaruhi masyarakat dalam menabung di bank syariah, masyarakat mengetahui hukum riba dan mengimplemetasikan dengan beralih menabung di bank syariah yaitu bank yang tidak terdapat sistem riba.

Salah satu manfaat dari penelitian mengambil variabel religiusitas adalah dimana religiusitas termasuk pondasi seseorang atau masyarakat muslim ketika melakukan berbagai hal ataupun keputusan memilih dan menggunakan jasa atau barang yang akan digunakan. Terlebih di negara Indonesia yang mayoritas umat muslim religiusitas sangat berperan penting. Salah satu tanda kepatuhan terhadap agama dengan melaksanakan perintah dari Tuhan dan menghindari yang dilarangNya. Serta dengan adanya perbankan syariah yang semakin meningkat membuat masyarakat muslim harus mengambil manfaat dengan

menggunakan jasa dari perbankan syariah. Oleh karena itu, semakin tinggi religiusitas masyarakat maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Salah satu manfaat dari penelitian mengambil variabel religiusitas adalah dimana religiusitas termasuk pondasi seseorang atau masyarakat muslim ketika melakukan berbagai hal ataupun keputusan memilih dan menggunakan jasa atau barang yang akan digunakan. Terlebih di negara Indonesia yang mayoritas umat muslim religiusitas sangat berperan penting. Salah satu tanda kepatuhan terhadap agama dengan melaksanakan perintah dari Tuhan dan menghindari yang dilarangnya. Serta dengan adanya perbankan syariah yang semakin meningkat membuat masyarakat muslim harus mengambil manfaat dengan menggunakan jasa dari perbankan syariah. Oleh karena itu, semakin tinggi religiusitas masyarakat maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

4.4.2 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap minat menabung dapat dilihat dengan pengujian t-hitung yang dihasilkan dalam uji regresi nilai uji t-hitung > t-tabel ($2,168 > 2,004$) dengan demikian hipotesis ini diterima pada tingkat signifikan $0,036 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu (Zippy, 2017) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Muamalat Cabang Gorontalo, juga memberikan kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan dan variabel lainnya berpengaruh

signifikan terhadap minat menabung masyarakat Gorontalo baik secara parsial maupun simultan.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengetahuan adalah pengetahuan mengenai perbankan syariah. Seseorang yang mempunyai informasi berupa pengetahuan mengenai bank syariah berarti telah mengenal bank syariah baik langsung maupun tidak langsung. Informasi atau pengetahuan seseorang bisa dari pengalaman individu tersebut seperti pendidikan ataupun pengalaman, baik itu pengalaman individu sendiri ataupun keluarga maupun teman. Dan seseorang yang mengetahui bank syariah kemungkinan besar akan menabung di bank syariah.

Manfaat variabel pengetahuan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah semua masyarakat muslim mengetahui tentang keberadaan bank syariah dan produk yang ditawarkan. Terlebih untuk perbankan syariah agar mampu meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat yang belum mengenal perbankan syariah. Karena sosialisasi dengan masyarakat bisa dilakukan dengan berbagai cara. Masyarakat juga wajib mencari tahu tentang perbankan syariah, tetapi akan lebih baiknya pihak dari perbankan menuntun masyarakat. Karena dengan demikian, pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah disebabkan masyarakat yang semakin mengetahui keberadaan bank syariah sebagai bank bebas bunga dan semakin tinggi pengetahuan masyarakat terkait bank syariah maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat menabung di bank syariah.

4.4.3 Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap minat menabung dapat dilihat

dengan pengujian t-hitung yang dihasilkan dalam uji regresi nilai uji t-hitung > t-tabel ($2,310 > 2,004$) dengan demikian hipotesis ini diterima pada tingkat signifikan $0,026 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu (Reshtita, 2015) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di BNI cabang Sidoarjo, juga memberikan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan variabel lainnya berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat Sidoarjo baik secara parsial maupun simultan.

Pemenuhan kepuasan pada jasa oleh perbankan, pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting. Karena hampir semua jenis produk yang ditawarkan akan memerlukan pelayanan dari pihak bank atau karyawan perusahaan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BNI Syariah Cabang Malang semakin tinggi juga minat menabung nasabah. Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelayanan adalah salah satu variabel yang memberikan pengaruh besar dengan tingkat signifikan yang paling tinggi.

Analisis tanggapan responden terhadap pelayanan terletak pada rentang cukup tinggi. Kekuatan dari bank syariah meliputi perlakuan yang baik terhadap seluruh karyawan dan jaminan pelayanan yang dipercaya dan meliputi ruang tunggu yang besar dan cukup nyaman dan penyampaian informasi yang cepat dan tepat, sikap yang cepat tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah terutama jika ada keluhan tentang transaksi yang salah.

Pelayanan yang diberikan oleh pihak bank akan menjadi salah satu daya tarik masyarakat menggunakan jasa dari perbankan syariah. Baik dari fasilitas, kenyamanan ketika berada di perbankan syariah, serta adab saat melayani nasabah, karena perbankan syariah akan menerapkan nilai-nilai islami dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Seperti saat ini pelayanan bank syariah sudah sangat baik salah satunya ketika mendatangi kantor petugas satpam akan menyampaikan salam dan bertanya keperluan apa yang bisa dibantu. Itu adalah salah satu tanda pelayanan yang baik. Sehingga ketika pelayanan yang diberikan tinggi dan baik akan meningkatkan minat masyarakat menabung di perbankan syariah.

4.4.4 Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dapat dilihat dengan pengujian t-hitung yang dihasilkan dalam uji regresi nilai uji t-hitung < t-tabel ($3,031 < 2,004$) dengan demikian hipotesis ini diterima pada tingkat signifikan $0,004 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu (Sandria, 2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh aksesibilitas dan perilaku konsumen terhadap minat menabung di perbankan syariah, juga memberikan kesimpulan bahwa variabel aksesibilitas masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

Aksesibilitas perbankan syariah sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang menggunakan bank syariah. Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari jasa perbankan syariah, penentuan lokasi suatu cabang bank salah satu

kebijakan yang sangat penting. Lokasi yang mudah dijangkau menjadi salah satu alasan nasabah menggunakan jasa dari bank syariah. Terlebih banyak sekali nasabah yang mempunyai tempat tinggal jauh dari perkotaan sehingga harus menempuh perjalanan yang jauh untuk ke kota dahulu untuk bisa mengakses bank syariah.

Dalam penelitian ini tidak berhubungan dengan akses online yakni internet banking atau mobile banking dengan menggunakan alat elektronik, karena dalam penelitian ini yang dimaksud akses adalah akses lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau transportasi umum. Visibilitas yakni lokasi dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan, serta lalu lintas dan lingkungan yang akan mendukung jasa yang ditawarkan. Selain itu, masyarakat atau nasabah sendiri tidak sepenuhnya menggunakan dan memanfaatkan akses online dari perbankan syariah karena masih mendatangi lokasi bank untuk melakukan transaksi serta masih menggunakan mesin ATM yang disediakan.

Melalui penentuan lokasi yang strategis baik itu di kota maupun di daerah seperti desa yang membutuhkan kantor cabang pembantu akan meningkatkan jumlah nasabah bank. Lokasi bank yang tidak strategis ataupun lokasi bank yang hanya terdapat di kota akan mempengaruhi minat nasabah untuk datang dan menyimpan dana tabungan di bank tersebut. Selain itu, bukan hanya lokasi tetapi ATM yang disediakan juga akan mempengaruhi masyarakat yang membutuhkan jasa yang akan memudahkan setiap urusan transaksi. Ketika lokasi perbankan tidak strategis di kota maupun tidak adanya cabang pembantu di perdesaan serta ATM yang kurang akan menyebabkan nasabah kesulitan dalam bertransaksi dan mengurangi minat nasabah menggunakan jasa perbankan syariah.

Aksesibilitas sangat menentukan apakah nasabah berminat menggunakan jasa perbankan syariah atau sebaliknya. Variabel aksesibilitas berpengaruh

terhadap minat menabung di bank syariah memungkinkan disebabkan oleh akses yang diberikan bank memudahkan para nasabah dan masyarakat karena aksesibilitas adalah salah satu pertimbangan yang diambil oleh masyarakat dalam menabung di bank syariah. Jika akses masyarakat mudah maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa dari perbankan syariah.

4.4.5 Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung dapat dilihat dengan pengujian t-hitung yang dihasilkan dalam uji regresi nilai uji t-hitung $>$ t-tabel ($2,457 > 2,004$) dengan demikian hipotesis ini diterima pada tingkat signifikan $0,018 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu (Muarifah, 2015) dengan judul penelitian Pengaruh Tingkat Pendapatan Masyarakat Dan Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Negara Indonesia Kabupaten Pati Tahun 2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan dan kualitas pelayanan karyawan berpengaruh secara signifikan dan positif parsial maupun simultan.

Dari hasil analisis di atas bisa disimpulkan bahwa pendapatan adalah salah satu faktor utama masyarakat menabung. Dengan pendapatan yang diperoleh lebih atau tinggi masyarakat akan menyimpan pendapatan yang lebih dengan menabung di bank. Karena tidak akan mungkin lagi seperti zaman dahulu menyimpan uang dicelengan ataupun bawah bantal. Dan pada zaman sekarang yang semakin berkembang dan era digital yang semakin pesat.

Pendapatan tinggi yang dimiliki masyarakat adalah salah satu alasan mengapa masyarakat harus menyisihkan sebagian pendapatannya untuk ditabungkan. Karena dalam faktor menabung dalam Islam dijelaskan menabung diperuntukkan untuk konsumsi dimasa depan dan mengakumulasikan kekayaan seseorang.

4.4.6 Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Dari hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel bagi hasil memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung dapat dilihat dengan pengujian t-hitung yang dihasilkan dalam uji regresi nilai uji t-hitung > t-tabel ($2,134 > 2,004$) dengan demikian hipotesis ini diterima pada tingkat signifikan $0,039 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bagi hasil secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu adalah (Munthe, 2014) dalam penelitiannya Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota. Hasil dari penelitian ini adalah variabel bagi hasil, pelayanan, religiusitas dan pendapatan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah menabung pada Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan.

Bagi hasil adalah faktor utama yang membedakan perbankan konvensional dengan perbankan syariah. Dimana masyarakat yang sudah tidak asing lagi dengan bunga yang ada disetiap produk bank konvensional. Hadirnya perbankan syariah yang menerapkan sistem bagi hasil yang akan menarik masyarakat agar berpindah dari bank konvensional ke bank syariah dikarenakan terbebas dari bunga atau riba. Indonesia adalah penduduk mayoritas adalah muslim sehingga dengan adanya perbankan bisa menjadi peluang untuk

menggunakan jasa tersebut yang sudah jelas jauh berbeda dengan bank konvensional.

Ada banyak sekali faktor yang mempengaruhi minat atau keinginan masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah, dan bagi hasil pun adalah salah satu alasan mengapa masyarakat tertarik menggunakan bank syariah. Dimana masyarakat mempunyai peran dalam menentukan akad yang akan dipilih dan menentukan nisbah bagi hasil antara kedua belah pihak. Oleh sebab itu, variabel bagi hasil adalah salah satu variabel penting dalam minat menabung nasabah.

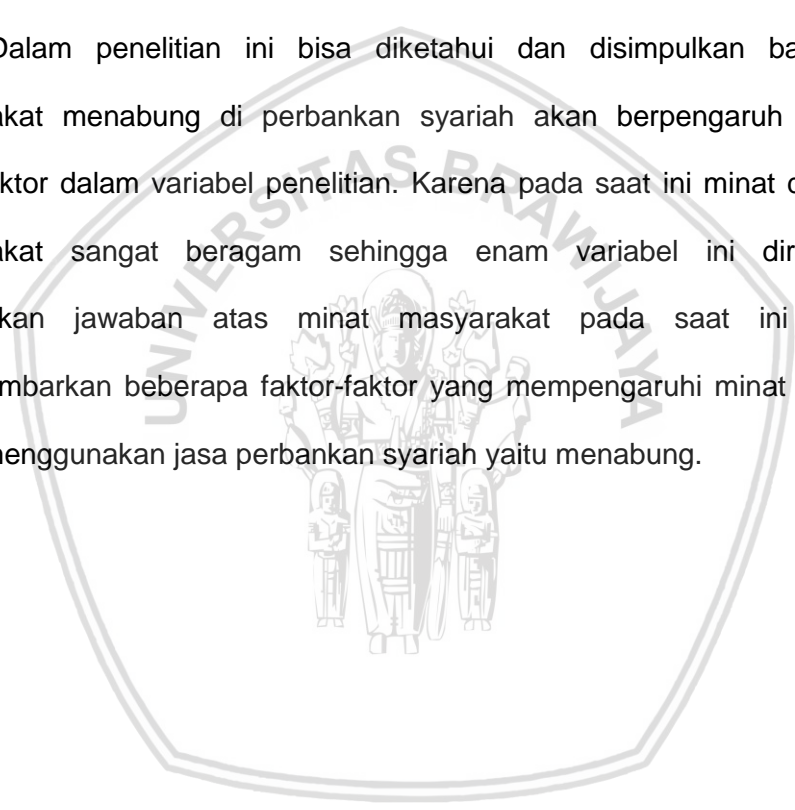
4.4.7 Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Pelayanan, Aksesibilitas, Pendapatan dan Bagi Hasil terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Religiusitas, pengetahuan, pelayanan dan aksesibilitas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji ANOVA atau F TEST. Didapat F hitung sebesar 19,733 sedangkan tingkat probabilitas 0,000 (signifikan). Dengan melihat asumsi di atas, maka probabilitas lebih kecil dari 0,05 artinya H_1 sampai H_6 diterima dan H_0 ditolak. Berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat masyarakat atau dapat disimpulkan bahwa religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Dan hasil dari pengujian koefisien determinasi berganda antara variabel religiusitas (X_1), pengetahuan (X_2), pelayanan (X_3), aksesibilitas (X_4), pendapatan (X_5), dan bagi hasil (X_6), karena nilai R lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan berkorelasi kuat. Dari perhitungan koefisien determinasi berganda

adjusted R Square adalah 0,696 hal tersebut berarti bahwa 69,6% variabel minat menabung dipengaruhi oleh religiusitas, pengetahuan, pelayanan, aksesibilitas, pendapatan dan bagi hasil sedangkan sisanya 30,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut. Variabel lain yang mungkin bisa mempengaruhi persamaan tersebut bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor perilaku konsumen seperti faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain.

Dalam penelitian ini bisa diketahui dan disimpulkan bahwa minat masyarakat menabung di perbankan syariah akan berpengaruh besar oleh faktor-faktor dalam variabel penelitian. Karena pada saat ini minat dan perilaku masyarakat sangat beragam sehingga enam variabel ini dirasa sudah mewakili jawaban atas minat masyarakat pada saat ini dan bisa menggambarkan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah yaitu menabung.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan hasil tentang “Identifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah (Studi di PT. BNI Cabang Malang), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di perbankan syariah adalah karena kepatuhan terhadap agama, sehingga faktor religiusitas adalah faktor utama seseorang berhati-hati dalam memilih segala sesuatu terlebih di negara Indonesia adalah masyarakat yang mayoritas muslim.
2. Pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat masyarakat menabung di perbankan syariah karena pengetahuan bukan hanya didapat dalam pendidikan tetapi pengetahuan produk bank syariah lebih besar didapat dari media massa dan pengalaman teman/saudara/keluarga.
3. Pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan baik dan adil, penyampaian informasi secara cepat dan tepat serta cepat tanggap ketika nasabah/masyarakat mengatasi keluhan tertuam jika keluhan terkait transaksi yang salah.
4. Salah satu faktor yakni faktor aksesibilitas berpengaruh paling positif karena masyarakat menganggap akses bank syariah sudah cukup baik dan cukup mudah untuk dijangkau, terlebih pada zaman sekarang dengan adanya internet banking dan akses digital lainnya.

5. Pengaruh faktor pendapatan terhadap minat masyarakat menabung sangat utama karena jika seseorang yang berpendapatan lebih/tinggi akan menarik minat seseorang tersebut untuk menabungkan dana yang dimilikinya lebih entah hanya untuk ditabungkan saja atau untuk investasi.
6. Faktor terakhir dalam penelitian ini yaitu pengaruh bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung di perbankan syariah karena bagi hasil adalah salah satu produk yang memudahkan masyarakat, serta nisbah bagi hasil yang langsung ditentukan dengan kedua belah pihak dengan keuntungan yang telah disepakati. Untuk itu bank syariah mempunyai nilai dimana saling tolong menolong serta rela atau ridho satu sama lain.
7. Adapun penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yakni dalam penyebaran kuisisioner yang dilakukan di BNI Syariah Cabang Malang peneliti tidak diizinkan dalam melakukan penelitian oleh pihak bank sehingga penyebaran kuisisioner dilakukan di luar kantor bank yang cenderung responden kurang sedikit fokus untuk mengisi kuisisioner tak jarang banyak orang yang menolak mengisinya karena ada kepentingan lain serta kurangnya pendekatan kepada nasabah sehingga sebagian nasabah kurang fokus dalam mengisi pertanyaan terbuka yang tersedia pada kuisisioner.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah disimpulkan, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekuarangan. Untuk itu, peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat dan agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka peneliti menyarankan bebrapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. Berusaha mendekatkan diri dengan masyarakat dengan membuat event-event keislaman, serta mensosialisasikan perbankan syariah dengan memperkenalkan jasa dan produk melalui media elektronik, dialog, ceramah kepada masyarakat agar masyarakat mempunyai pengetahuan yang lebih dalam terkait perbankan syariah saat ini.
- b. Dapat memberikan layanan terbaik dan meningkatkan kinerja pelaku perbankan syariah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- c. Serta berusaha memperbanyak lokasi kantor cabang atau cabang pembantu di daerah yang kurang atau jauh dari perkotaan sehingga masyarakat pedalaman dapat meningkatkan minat dalam menyimpan dana nya di bank syariah. Lokasi bank yang diharapkan strategis, mudah transportasi, lingkungan yang aman dan dekat dengan masyarakat baik di kota maupun desa akan meningkatkan minat masyarakat menabung di bank syariah.

2. Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai minat masyarakat menabung di bank syariah bagi peneliti dan peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik sejenis. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga memperoleh informasi yang lebih lengkap dan mengingat dalam penelitian ini hanya menggunakan 6 variabel saja sehingga penambahan variabel baru perlu dilakukan untuk penelitian yang akan datang agar menghasilkan gambaran penelitian yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya seperti menambahkan teori terbaru,

metode, alat uji berbeda dengan objek penelitian yang lain. Diharapkan pada peneliti yang akan datang jumlah sample yang digunakan lebih banyak, maka hasil analisis penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qardhawi, Yusuf. 2001. *Bunga Bank Haram*. Alih bahasa Setiawan Budi Utomo. Cetakan Pertama. Jakarta: Akbar
- Al-Qur'an dan terjemahannya. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro.
- Amir, Machmud dan Rukhmana. 2010. *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta. Erlangga.
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Syariah*. Padang: Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
- Arifin, Zainul. 1999. *Memahami Bank Syariah*. Jakarta. Alvabet.
- Ascarya. 2006. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior*. New York: Thompson Learning.
- Bank Indonesia. 2012. *Publikasi Perbankan dan Stabilitas Syariah*.
https://www.bi.go.id/id/publikasi/perbankan-dan-stabilitas/syariah/Pages/lps_2012.aspx. Diakses pada tanggal 12 maret 2018
- Boediono. 1999. *Ekonomi Mikro Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Edisi Kedua*. Yogyakarta. Badan Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Daulay, Raihanah. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan". Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis.
- Djojohadikusumo, Sumitro. 1990. *Sejarah Pemikiran Ekonomi*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia
- Haryati, Yuli. 2007. *Eknomi Mikro*. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Iranati, Rahma, Bellani. 2017. *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Jalaluddin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

- Junaidi. 2015. *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank Syariah*. Palopo: STIE Muhammadiyah Palopo.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). www.kbbi.web.id. Diakses pada tanggal 03 Mei 2018.
- Karim. Adiwarman. 2011. *Bank Islam: Analisi Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Karim, Adiwarman A. 2007. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Edisi 3. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kamarni, neng. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah Di Kota Padang*. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Khafifah, Yunita Nur. 2016. *Analisis Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di BTN Syariah*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Agama Islam Salatiga Semarang.
- Kinnear And Taylor. 2003. *Riset Pemasaran*. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. 2011. *Essentials of Marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Lestari, Alfi Muflikhah. 2015. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan. Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah*. Jurusan Ilmu Ekonomi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Neuman, W. Lawrence. 2006. *Social Research Methods: Qualitatif and Quantitatif Approach*. USA: University of Wisconsin Page.
- Ningsih, Julia, Sri. 2017. *Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah*. Lampung: Universitas Islam Negeri Intan Lampung.
- Notoatmodjo. 2005. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Mowen and Michael. 2002. *Prilaku Konsumen*. Jilid I, edisi kelima. Jakarta. Erlangga
- Muarifah, Ika. 2015. *Pengaruh Tingkat Pendapatan Masyarakat Dan Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Minat Menabung Nasabah Bak Negara Indonesia Kabupaten Pati Tahun 2015*. Skripsi. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan: Universitas Muhamadiyah Surakarta.

- Muhlis. 2011. *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. Disertasi Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Munthe, Safaruddin. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota*. Thesis. Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negri Sumatera Utara.
- Oktavindria, Rahma Bellani. 2017. *Pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah*. Jakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Oliver, Richard L. 2006. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*. McGraw-Hill. New York.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Data Statistik Perbankan Syariah*.
<http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2017/SPS%20Desember%202017.pdf>. Diakses pada tanggal 11 maret 2018.
- Pareto, Vilfredo. 1949. *The Quarterly Journal of Economics*. Inggris: Oxford University Press. Vol. 63, Issue 2, 1 May 1949.
- Pertiwi dan Ritongga. 2012. *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran*. Vol 1. No.1 Desember 2012.
- Rahmawati, Kafid Dan Wijaya. 2017. *Analysis Of Factors Causing Low Public Interest In Choosing Financial Products In Syaria Bank*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Rahmawaty, Anita. 2014. *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bank Syariah Semarang*. Skripsi. Semarang: STAIN Kudus, Jawa Tengah, Indonesia.
- Reshtita, Riries Mia. 2015. *Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di bank BNI di Sidoarjo*. Skripsi. Surabaya. Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Rouf, M. Abdul. 2011. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar zakat di Rumah Zakat cabang Semarang*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Walisongo Semarang.
- Sahlan, Asmaun. 2011. *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan Di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Press.

- Sandria, Achmad Ferry. 2017. *Pengaruh aksesibilitas dan perilaku konsumen terhadap minat menabung di perbankan syariah*. Skripsi. Yogyakarta. Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Schiffman And Kanuk. 2010. *Costumer Behavior*. 10th Ed. New Jersey: Prentice Hall
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta. Indeks.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhibb Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Prenada Media. Jakarta.
- Sheth. Jagdish, dan Banwari. 2004. *Consumer Behavior: A Manajeral Perspective*. Edisi kedua. USA. Thompson South Western.
- Sholahudin dan Hakim. 2012. *Lembaga Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta. Prenada Media.
- Supriyanto, Eko B. 2006. *Budaya Kerja Perbankan*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Yaya, Rizal. 2014. *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktek Kotemporer Berdasarkan PAPS I 2013*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- W. M. Pride dan O. C. Ferrel. 1995. *Pemansaran: Teori dan Paraktek Sehari-hari*. Jakarta. Erlangga.
- Wibowo. Ery As. 2007. *Faktor Religiusitas dalam Perbankan Syariah*. Skripsi. Jurnal Fakultas Ekonomi: Universitas Muhammadiyah Semarang
- Wijaya, Tony. 2013. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winardi. 1992. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta. CV. Mandar Maju.

Zippy, Zubair. 2017. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Muamalat Cabang Gorontalo*. Thesis. Gorontalo. Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Gorontalo.





JURUSAN ILMU EKONOMI – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG

Jl. MT.Haryono 165 Malang 65145 | Phone 0341 – 555000 | email :
feb@ub.ac.id

KUESIONER PENELITIAN

Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Perbankan Syariah

(Studi Pada PT BNI Syariah Cabang Malang)

Bapak/ibu/saudara/i yang saya hormati :

Saya Sardita Hidayati selaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk kepentingan tugas akhir kuliah (skripsi). Saya membutuhkan bantuan Anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner ini. Diharapkan responden mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban Anda tidak dilihat dari benar atau salah dan kerahasiaan jawaban Anda terjamin. Atas bantuan, kesediaan waktu, dan kerjasamanya saya ucapkan banyak terimakasih.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia : tahun
3. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
4. Pendidikan Terakhir :

<input type="checkbox"/> SLTP/SMP	<input type="checkbox"/> S1
<input type="checkbox"/> SLTA/SMA	<input type="checkbox"/> S2
<input type="checkbox"/> Diploma	<input type="checkbox"/> lain-lain, sebutkan....
5. Jenis Tabungan :



Berikut ini terdapat sejumlah **pernyataan**. Anda diminta memilih pernyataan **yang sesuai dengan diri Anda**. Berilah **tanda centang (√)** pada jawaban yang Anda pilih dari keempat alternatif jawaban yang tersedia pada tiap-tiap pernyataan, yaitu:

- SS** : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

A. Variabel Religiusitas (X1)

No	Pernyataan	Beri tanda (√) pada salah satu kolom			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya menyakini bahwa Islam adalah sumber dari segala hukum				
2.	Saya menjalankan sholat, puasa, zakat, dan haji dan membaca Al-Qur'an setiap hari jika tidak sedang berhalangan				
3.	Saya mengetahui pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan serta saya mengetahui hukum-hukum islam (hukum riba)				
4.	Saya sering berdoa dan merasa Allah SWT mengabulkan doa saya dan selalu mencintai saya				
5.	Saya berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik dan berekonomi (transaksi bisnis/perbankan secara non-riba)				
Apakah faktor religiusitas berpengaruh besar terhadap minat anda menggunakan jasa bank syariah (terhindar dari bunga bank/riba)?					

B. Variabel Pengetahuan (X2)

No	Pernyataan	Beri tanda (√) pada salah satu kolom			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mengetahui produk tabungan bank syariah dari pendidikan yang saya tempuh				
2.	Saya mengetahui produk tabungan bank syariah dari internet, media massa dan promosi bank syariah				
3.	Saya menabung di bank syariah untuk memenuhi kebutuhan di masa depan karena pendapatan yang tinggi				
4.	Saya mengetahui produk tabungan bank syariah dari hubungan sosial dalam masyarakat				
5.	Saya mengetahui produk tabungan bank syariah berdasarkan pengalaman saya/teman/saudara/keluarga				
Apakah pengetahuan yang anda dapatkan selama ini membuat anda tertarik untuk menggunakan jasa bank syariah?					

C. Variabel Pelayanan (X3)

No	Pernyataan	Beri tanda (√) pada salah satu kolom			
		SS	S	TS	STS
1.	Karyawan bank selalu berkomunikasi dengan baik, sopan dan ramah ketika memproses transaksi				
2.	Karyawan bank memberi pelayanan yang sama dan adil pada setiap nasabah				
3.	Karyawan bank selalu kerja cepat dan selalu memberikan informasi terkait produk dan layanan bank kepada nasabah				
4.	Saya merasa aman dan nyaman ketika berada di bank syariah				
5.	Saya merasa puas dengan pelayanan dan sangat mengerti informasi yang diberikan oleh pihak bank syariah				
Apakah pelayanan yang diberikan bank syariah membuat anda percaya, aman dan nyaman menipkan dana anda di bank syariah?					

D. Variabel Aksesibilitas (X4)

No	Pernyataan	Beri tanda (√) pada salah satu kolom			
		SS	S	TS	STS
1.	Bank syariah berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi dan terlihat jelas ditepi jalan				
2.	Bank syariah memiliki tempat parkir yang luas dan aman				
3.	Bank syariah berada di lingkungan yang aman dan mendukung				
4.	Didaerah tempat anda tinggal terdapat fasilitas ATM dan fasilitas perbankan syariah				
5.	Fasilitas ATM dan fasilitas perbankan lainnya mudah dijangkau dan mempermudah anda melakukan transaksi				
Apakah aksesibilitas yang disediakan oleh pihak bank selalu memudahkan anda?					

E. Minat Menabung (Y)

No	Pernyataan	Beri tanda (√) pada salah satu kolom			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya menabung di bank syariah karena keinginan saya sendiri				
2.	Saya menabung di bank syariah karena menggunakan produk yang halal yang terhindar dari riba, gharar, dan maisyir				
3.	Saya menabung di bank syariah karena merasa aman dan percaya bahwa pihak bank amanah				
4.	Saya menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan pahala dan berkah				
5.	Saya menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat				
Apakah menurut bapak/ibu/saudara/i ada faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah atau masyarakat menabung di perbankan syariah?					

E. Variabel Pendapatan (X5)

No	Pernyataan	Beri tanda (√) pada salah satu kolom			
		SS	S	TS	STS
1.	Adanya pendapatan yang lebih/tinggi membuat saya berminat menabung di bank syariah				
2.	Apakah besarnya pendapatan anda mempengaruhi besarnya tabungan				
3.	Apakah anda mengetahui akad wadiah dan mudharabah di produk tabungan?				
4.	Tabungan dengan akad mudharabah di bank syariah secara signifikan menambah simpanan dana nasabah				
5.	Dengan sistem bagi hasil nasabah mengharapkan profit untuk meningkatkan pendapatannya				
6.	Bank syariah menetapkan besaran bagi hasil produk tabungan sesuai tingkat simpanan nasabah				
Apakah menurut bapak/ibu/saudara/i faktor Pendapatan berpengaruh besar terhadap minat nasabah/masyarakat menabung di perbankan syariah?					

E. Variabel Bagi Hasil (X6)

No	Pernyataan	Beri tanda (√) pada salah satu kolom			
		SS	S	TS	STS
1.	Bank syariah secara detail menjelaskan pembagian nisbah bagi hasil pada produk tabungan				
2.	Kejelasan nisbah bagi hasil produk tabungan yang diterapkan mendorong minat anda untuk bertransaksi				
3.	Nisbah bagi hasil bank syariah sesuai dengan kesepakatan yang disepakati antara bank dengan nasabah				
4.	Saya menabung di bank karena adanya jaminan yang diberikan oleh bank membuat saya merasa aman				
5.	Saya menabung di bank syariah karena kesepakatan yang diberikan sangat menguntungkan dan nisbah bagi hasil menarik				
Apakah menurut bapak/ibu/saudara/i ada faktor nisbah bagi hasil mempengaruhi minat nasabah/masyarakat menabung di perbankan syariah?					